

**KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN ANGGOTA**

(Studi Kasus Pada Koperasi Wanita Budi Pertiwi Kabupaten Jember)

Oleh: Siti Husnul Hotima

Abstrak

Koperasi sebagai salah satu bentuk badan usaha mempunyai peran strategis bagi pemberdayaan dan penguatan perekonomian rakyat. Koperasi sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat telah lama dikenal di Indonesia dan masih bisa bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang ada khususnya di Kabupaten Jember. Koperasi Wanita Budi Pertiwi harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggotanya. Salahsatunya adalah dengan meningkatkan pelayanan karyawan kepada anggota koperasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar hubungankualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan pendapat Slovin yaitu dengan rumus $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ dimana sampel dalam penelitian ini adalah 88 orang anggota, kemudian

dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis korelasi Product Moment dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Setelah di ketahui nilai r hitung kemudian akan di analisis lagi menggunakan uji t

yang menggunakan rumus $t = \Gamma s \sqrt{\frac{n-2}{1-\Gamma s^2}}$

Dimana variabel Kepuasan Anggota (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh atas uji analisis menggunakan product moment telah membuktikan bahwa, untuk product moment diperoleh hasil sebesar (r hitung) 0,975 > 0,183 (r tabel) menunjukkan bahwa pelayanan karyawan koperasi berhubungan erat dengan kepuasan anggota. Dari lima indikator pelayanan anggota yaitu (1) reliability, (2) Responsiveness, (3) Access, (4) Courtesy, (5) Communication, indikator courtesy merupakan indikator yang mempunyai hubungan paling kuat yaitu sebesar 0,975.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Karyawan, Kepuasan Anggota

PENDAHALUAN

Melalui koperasi inilah para anggota dapat melakukan usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Dengan semangat kebersamaan inilah koperasi hadir dan diperlukan guna mendorong tumbuhnya usaha-usaha kecil di masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan usaha dan lainnya, para anggota koperasi dapat menggunakan jasa pinjaman koperasi, tanpa agunan dan tidak dikenakan bunga pengembalian yang tinggi. Sehingga usaha-usaha kecil yang ada diharapkan tetap tumbuh tanpa harus terjerat dan terlilit hutang yang mencekik. Selain itu, semakin membaiknya tingkat kesadaran masyarakat akan arti pentingnya koperasi, serta proses dan prosedur yang mudah dalam pendirian sebuah koperasi, menjadi kontribusi tersendiri banyak berdirinya koperasi di hampir setiap wilayah pedesaan.

Dalam koperasi kepuasan anggota menjadi hal yang sangat penting dalam menunjukkan kinerja koperasi secara kelembagaan. Kepuasan anggota koperasi merupakan ungkapan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari

membandingkan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapan. Hal ini memberikan penjelasan bila kinerja atau hasil dari produk perusahaan lebih tinggi dari apa yang diharapkan anggota, maka kepuasan akan tumbuh secara positif sedangkan apabila kinerja atau hasil produk lebih rendah dari yang diharapkan, maka kepuasan akan tumbuh secara negatif. Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh dan perbandingan antara layanan yang diharapkan anggota dengan kinerja aktual yang diterima anggota.

Tingkat kepuasan anggota koperasi sangat tergantung pada mutu suatu produk. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada anggota koperasi untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan anggota koperasi dengan belajar dari pengalaman pelayanan terhadap anggota, baik dari saran dan kritik anggota secara langsung, maupun mengenai mekanisme lembaga survei. Hal ini berkaitan dengan tujuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu menciptakan anggota yang loyal dan

dapat mempertahankan anggota yang telah ada.

Dengan menjaga keinginan dari para anggota ini maka diharapkan para anggota koperasi yang baru ini akan menjadi puas dan loyal kepada koperasi, kepuasan anggota koperasi ini tentu saja tidak terjadi serta merta begitu saja, tetapi masih banyak hal yang harus dilakukan, hal inilah yang membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen atau dalam hal ini anggota Koperasi Wanita Budi Pertiwi.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan tentang hubungan kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan anggota koperasi. Selain itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1) hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota, (2) seberapa besar hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya

untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian ini terlihat bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi kebutuhan ekspektasi konsumen akan nilai produk tersebut. Artinya, mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen (Kotler, dalam Arief, 2006:117). Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para konsumennya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan sangat ditentukan oleh pendekatan Zeithamal, Berry, dan Parasuraman (Lupiyoadi, 2006:167).

Kualitas pelayanan atau jasa (*Service Quality*) merupakan pendekatan kualitas jasa yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya jika kenyataan dibawah harapan maka dapat dikatakan tidak berkualitas. Kualitas jasa juga dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh

perbedaan kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima menurut Parasuraman, dkk (dalam lupioadi,2006:168).

Mutu jasa merupakan penyampaian jasa yang baik jika dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Ekspektasi konsumen terbentuk dari pengalaman masa lalu ,perkataan mutu, dan iklan. Setelah menerima layanan, konsumen membandingkan nilai yang telah diberikan itu (*perceived value*) dengan ekspektasi. Jika *perceived value* sesuai atau melebihi ekspektasi, maka pelanggan cenderung menggunakan jasa yang sama di masa datang. Namun jika *perceived value* tidak mencapai ekspektasi maka pelanggan cenderung tidak tertarik menggunakan jasa itu (Zeithamal dan Bitner, dalam Arief,2006:120).

Pada dasarnya, ada tiga kunci dalam memberikan pelayanan konsumen yang unggul, yaitu : (1) kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, (2) pengembangan database yang lebih akurat dari pada pesaing, yang mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen konsumen dan perubahan kondisi persaingan, (3)

pemanfaatan informasinya yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2001:69) ada sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu : (1) *reliability*, (2) *Responsiveness*, (3) *Competence*, (4) *Access*, (5) *Courtesy*, (6) *Communication*, (7) *Credibility*, (8) *Security*, (9) *Understanding/Knowing the Customer*, (10) *Tangibles*.

2. Kepuasan Anggota

Kepuasan anggota adalah sejauhmana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apayang diharapkan pelanggan. Kemudian secara sederhana kepuasanpelanggan adalah sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi ataumelampaui harapan pelanggan, bisanya pelanggan merasa puas. Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat (Amir, 2005: 13). Hal yang sama juga disampaikan oleh Kotler (2004:10) yang menyatakan bahwakepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana

anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa puas atau merasa amat gembira.

Purnomo (2003:195) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan, maksudnya bahwa kepuasan pelanggan tercipta jika pelanggan merasakan *output* atau hasil pekerjaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan (Oliver dalam, Barnes, 2003:64)

3. Anggota dan Pelayanan Koperasi

Koperasi didirikan dengan tujuan utama untuk membangun perekonomian rakyat. Sebagai badan usaha bersama, para anggota koperasi pada umumnya bergabung secara sukarela dan atas persamaan hak serta kewajiban, melakukan usaha yang bertujuan memenuhi kebutuhan anggotanya. (Dhaniswara K. Harjono, 2006:8). Sehingga koperasi mempunyai tugas utama untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para anggotanya yang sekaligus juga konsumen atau pelanggan koperasi.

Anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Keanggotaan koperasi didasarkan pada kesamaan kepentingan ekonomi dan lingkungan usaha koperasi. Selain melayani anggota koperasi juga dapat melayani calon anggota. Calon anggota koperasi menurut ketentuan Pasal 18 Peraturan Pemerintah nomor 9 tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi, disebutkan bahwa: "Calon anggota koperasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), harus menjadi anggota dalam waktu paling lama 3 (tiga) bulan setelah melunasi simpanan pokok."

Anggota sebagai pemilik dan pelanggan koperasi mempunyai peranan penting khususnya partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi. Partisipasi adalah turut sertanya seseorang baik secara mental maupun emosional untuk memberikan sumbangsih kepada proses pembuatan keputusan, terutama mengenai persoalan-persoalan di mana keterlibatan pribadi yang bersangkutan melaksanakan tanggung jawabnya melakukan hal tersebut. Partisipasi adalah suatu aktivitas untuk membangkitkan perasaan diikutsertakan dalam kegiatan organisasi dan ikut sertanya bawahan dalam kegiatan organisasi. Sedangkan anggota adalah orang atau badan yang menjadi bagian atau masuk di suatu golongan perserikatan, dewan, panitia, dan sebagainya. Anggota disini adalah anggota koperasi. Jadi partisipasi anggota adalah keterlibatan mental dan emosional dari anggota koperasi dalam memberikan inisiatif dan berkreaitif terhadap kegiatan yang dilakukan koperasi dalam rangka mencapai tujuan koperasi (Andjar Pachta W, 2005: 63)

Partisipasi anggota memegang peranan yang menentukan dalam perkembangankoperasi. Partisipasi

anggota dapat menimbulkan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban mereka sebagai anggota maupun sebagai pemilik koperasi. Kurangnya partisipasi anggota akan mengakibatkan kemiskinan ide-ide dari anggota yang pada akhirnya akan dapat menghambat perkembangan koperasi. Menurut Sehendar dan Sulaeman, (2004:199), partisipasi anggota dapat diukur dari kesediaan anggota untuk memikul kewajiban dan menjalankan hak keanggotaannya secara bertanggung jawab.

Jikasebagian besar anggota koperasi sudah menunaikan kewajiban dan melaksanakan hak secara bertanggung jawab, maka partisipasi anggota dapat dikatakan baik. Akan tetapi jika ternyata hanya sedikit anggota yang menunaikan kewajiban dan melaksanakan haknya secara bertanggung jawab maka partisipasi anggota dapat dikatakan buruk ataurendah. Partisipasi anggota adalah hal ini yaitu dalam bidang demokrasi ekonomi koperasinya, dalam bidang modal dan dalam bidang kegiatan usaha koperasi. Menurut G. Kartasapoetra (2002: 126) partisipasi anggota aktif dapat diwujudkan dengan (1) membayar

uran wajib secara tertib dan teratur, (2) menabung sukarela sehingga akan dapat menambah modal koperasi, (3) memanfaatkan jasa koperasi, (4) memanfaatkan dana pinjaman koperasi dengan taat mengangsur, dan (5) menghadiri rapat-rapat dan pertemuan secara aktif.

Sedangkan menurut Sehendar Sulaeman, (2004: 200) bahwa ciri-ciri anggota yang berpartisipasi baik adalah (1) melunasi simpanan pokok dan simpanan wajib secara tertib dan teratur, (2) membantu modal koperasi disamping simpanan pokok dan wajib sesuai dengan kemampuan masing-masing, (3) menjadi langganan koperasi yang setia, (4) menghadiri rapat-rapat dan pertemuan secara aktif, (5) menggunakan hak untuk mengawasi jalannya usaha koperasi.

Bentuk partisipasi anggota menurut Rusidi (2002: 18), partisipasi anggota berdasarkan statusnya dapat dirinci menjadi (1) partisipasi anggota dalam RAT, (2) partisipasi anggota dalam penanaman modal melalui berbagai macam simpanan, (3) Partisipasi anggota dalam pemanfaatan pelayanan yang disediakan oleh koperasi (sebagai pelanggan).

4. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang ingin unggul dalam pasar harus mengamati harapan pelanggannya, kinerja perusahaan serta kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan sebuah fungsi persepsi terhadap suatu produk atau jasa dan pengharapannya terhadap performance produk atau jasa tersebut. Perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal terutama dengan berkembangnya teknologi transportasi telah melahirkan paradigma baru dalam jasa koperasi. Persaingan telah memotivasi manajemen untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengacu pada reorientasi management (management of change).

Kualitas pelayanan adalah salah satu cara untuk membuat konsumen untuk menjadi puas, kepuasan konsumen tidak terjadi begitu saja melainkan melalui proses yang panjang, seperti, konsistensi kerja karyawan dan pimpinan, kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan, ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu kepada pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, kemudahan

untuk dihubungi dan ditemui, sikap sopan santun para karyawan dalam menghadapi pelanggan, jujur dan dapat dipercaya, aman dari bahaya/perusahaan harus memberikan jaminan kepada konsumen bahwa perusahaan ini telah memiliki izin dan reputasi yang baik, menghindari sikap keragu-raguan, fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan (Parasuraman, dalam lupioadi, 2006:168)

Jika semua unsur pelayanan di atas telah dipenuhi maka besar kemungkinan konsumen akan menjadi puas atas prodduk atau jasa dari perusahaan kita, setelah konsumen merasa puas maka selanjutnya akan tumbuh kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa layanan dari perusahaan yang kita miliki, konsumen akan merasa nyaman dengan produk-produk perusahaan, dan tentunya konsumen akan setia dengan perusahaan kita. Kesetiaan inilah yang diharapkan oleh semua perusahaan dimanapun karena dengan kesetiaan konsumen inilah profit perusahaan akan terus tumbuh ditengah persaingan yang semakin ketat.

METODOLOGI PENELITIAN

Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Wanita Budi Pertiwi di Jl. Dr. Sutojo Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Wanita Budi Pertiwi yang berjumlah 758 orang. Sedangkan sampel penelitian di tentukan berdasarkan rumus yang dikembangkan oleh Slovin dalam Umar (2004: 142)berikut ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n : Ukuran sampel
N : Ukuran Populasi
e : Kelonggaran/ ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (misal : 10%)

Sehingga banyaknya sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 responden. Metode yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah (1) metode angket, dan (2) Dokumentasi.

Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan) X

Variabel bebas ini terdiri dari beberapa indikator seperti dibawah ini:

- 1 *Reliability* yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
- 2 *Responsiveness* adalah kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan
- 3 *Access* meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui oleh pelanggan
- 4 *Courtesy* yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para karyawan.
- 5 *Communication* adalah kemampuan para karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan

2. Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan) Y

Variabel terikat untuk penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, kepuasan ini dapat tercipta apabila harapan pelanggan telah dipenuhi oleh karyawan Koperasi Wanita Budi Pertiwi.

Analisa Data

Data setiap variabel diperoleh berdasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan melalui kuisisioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Skala Likert, yaitu suatu skalapsiko metrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Dalam Skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Dalam penelitian ini disediakan Lima pilihan skala dengan format seperti:

- a. Sangat Puas yang disingkat (SP) diberi skor 5
- b. Puas yang disingkat (P) diberi skor 4
- c. Cukup Puas yang disingkat (CP) diberi skor 3

- d. Tidak Puas yang disingkat (TP) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Puas yang disingkat (STP) diberi skor 1

Dari score jawaban tersebut dibuat total score, kemudian dari total score selanjutnya dianalisa menggunakan tehnik analisa Rank Spearman dengan di bantu alat perhitungan *Statistical Product and Service Solutions*(SPSS) 16 for *Windows* sehingga akan diketahui apakah jumlah benar-benar berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan kepada para anggota Koperasi Wanita Budi Pertiwi.

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibawa dan diinterpretasikan. Setelah data dianalisis & informasi diperoleh, hasil-hasilnya hasilnya harus diinterpretasikan untuk mencari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil penelitian, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang sangat berguna bagi penelitian sebagai dasar untuk membuat kesimpulan. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka data dianalisis

dengan menggunakan Korelasi Product Moment dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi
 x : nilai data (variabel independen)
 y : nilai data (variabel dependen)
 n : banyaknya data

Besarnya koefisien korelasi setelah dilakukan perhitungan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions*(SPSS) 16 for *Windows* adalah $-1 \leq r \leq 1$ dimana:

- Apabila (-) : terdapat pengaruh yang negatif atau berlawanan
- Apabila (+) : terdapat pengaruh yang positif atau searah

Intrepetasi dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut

- Apabila $rs = 0$ atau mendekati nol, berarti hubungan kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.
- Apabila $rs = 1$ atau mendekati angka satu, berarti hubungan kedua variabel sangat kuat dan searah antara kedua variabel (jika x naik maka y juga naik).

Apabila $r_s = -1$ atau mendekati min satu, berarti hubungan kedua variabel sangat kuat tetapi tidak searah antara kedua variabel (jika x naik maka y turun).

Menurut Djarwanto (2006: 327) hasil penghitungan koefisien korelasi untuk selanjutnya dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel dicari dalam tabel korelasi Karl Pearson Product Moment dengan tingkat signifikansi 5% pada baris ke n dengan kriteria pengukuran sebagai berikut :

- r hitung $>$ r tabel maka korelasi dinyatakan valid dan *significant*
- r hitung $<$ r tabel maka korelasi dinyatakan tidak valid dan tidak *significant*

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Variabel X (Kualitas Pelayanan)

1. Indikator *Reliability* (X_1)

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka indikator yang berupa *reliability* yang ditunjukkan oleh karyawan koperasi didapatkan score atau nilai dari 88 responden berupa jumlah nilai jawaban dari pertanyaan pertama adalah 383,

jawaban pertanyaan ke dua adalah 418, jawaban dari pertanyaan ketiga adalah 376, dan total score seluruh pertanyaan adalah 1.177.

2. Indikator *Responsiveness* (X_2)

Dari hasil angket yang sudah di sebar kepada responden maka diperoleh hasil jawaban atas indikator *responsiveness* berupa jumlah nilai jawaban dari pertanyaan pertama adalah 412, jawaban pertanyaan ke dua adalah 415, jawaban dari pertanyaan ketiga adalah 414, dan total score seluruh pertanyaan adalah 1.241.

3. Indikator *Access* (X_3)

Dari hasil angket yang sudah di sebar kepada responden maka diperoleh hasil jawaban atas indikator *access* berupa jumlah nilai jawaban dari pertanyaan pertama adalah 394, jawaban pertanyaan ke dua adalah 377, jawaban dari pertanyaan ketiga adalah 392, dan total score seluruh pertanyaan adalah 1.163.

4. Indikator *Courtesy* (X_4)

Dari hasil angket yang sudah di sebar kepada responden maka diperoleh hasil jawaban atas indikator *Courtesy* berupa jumlah nilai jawaban dari pertanyaan pertama adalah 432, jawaban pertanyaan ke dua adalah

375, jawaban dari pertanyaan adalah 436, dan total score pertanyaan adalah 1.243.

Variabel	X1	X2	X3	X4	X5	Totalscore
Seluruh	1177	1241	1163	1243	1239	6063

5. Indikator *Communication* (X₅)

Dari hasil angket yang sudah di sebar kepada responden maka diperoleh hasil jawaban atas indikator *Communication* berupa jawaban dari pertanyaan pertama adalah 412, jawaban pertanyaan ke dua adalah 415, jawaban dari pertanyaan ketiga adalah 412, dan total score seluruh pertanyaan adalah 1.239.

Selanjutnya untuk keseluruhan Indikator variabel (X) yaitu Indikator, *Reliability*X₁, *Responsiveness* X₂, *Access*X₃, *Courtesy*X₄, *Communication*X₅, perlu diadakan penggabungan. Dengan adanya penggabungan tersebut, maka hal ini akan mempermudah dalam menganalisanya, karena langkah yang perlu diambil dalam analisa ini akan menggabungkan atau mengkorelasikan antara variabel-variabel yang sudah dirumuskan. Adapun tabel data penggabungan antara indikator-indikator tersebut seperti tampak pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 : Data score pengukuran variabel (X)

Variabel Terpengaruh (Y) / Kepuasan Anggota

Dalam penulisan kali ini varibel terpengaruhnya yaitu kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi . Sesuai dengan dengan pokok bahasan yang telah penulis jelaskan sebelumnya. Adapun hasil dari kuisioner yang telah di isi oleh semua responden menunjukkan bahwa jumlah nilai jawaban dari pertanyaan pertama adalah 432, jawaban pertanyaan ke dua adalah 375, jawaban dari pertanyaan ketiga adalah 440, jawaban pertanyaan ke empat adalah 440, jawaban dari pertanyaan ke lima adalah 440, dan total score seluruh pertanyaan adalah 1.163

Analisis Data

Uji analisis dalam suatu penelitian penting untuk dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hasil yang diperoleh antara pengaruh kedua variabel yang diteliti oleh karena itu maka akan dilakukan analisis menggunakan metode analisis product moment berikut ini:

1. Indikator *Reliability* X_1 terhadap kepuasan anggota koperasi Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Indikator *reliability* X_1 terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y dapat di ketahui bahwa nilai r hitung sebesar 0,841 yang jika kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa indikator *reliability* mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

2. Indikator *Respsiveness* X_2 terhadap kepuasan anggota koperasi Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Indikator *Responsiveness* X_2 terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y menunjukkan bahwa nilai r hitung

sebesar 0,937 yang jika kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa indikator *Responsiveness* mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

3. Indikator *Access* X_3 terhadap kepuasan anggota koperasi Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Indikator *Access* X_3 terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y menunjukkan bahwa nilai r hitung sebesar 0,974 yang jika kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan

tersebut dapat kita simpulkan bahwa indikator *Access* mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

4. Indikator *Courtesy* X_4 terhadap kepuasan anggota koperasi Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Indikator *Courtesy* X_4 terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y menunjukkan bahwa nilai r hitung sebesar 0,975 yang jika kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa indikator *Courtesy* mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

5. Indikator *Communication* X_5 terhadap kepuasan anggota koperasi Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Indikator *Communication* X_5 terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y menunjukkan bahwa nilai r hitung sebesar 0,913 yang jika kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa indikator *Communication* mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

6. Variabel X terhadap variabel Y

Dari hasil perhitungan menggunakan metode product moment maka diperoleh hasil perhitungn atas Variabel X yaitu pelayanan karyawan terhadap kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi Y menunjukkan bahwa nilai r hitung sebesar 0,975 yang jika

kita bandingkan dengan nilai r tabel yaitu sebesar 0,183 yang lebih besar hasil dari r hitung, sedangkan dari taraf signifikasinya diperoleh hasil sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dengan taraf kesalahan yaitu 0,05 atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi.

Pembahasan

Dari hasil uji analisis menggunakan program SPSS diatas diketahui bahwa hubungan antara indikator *Reliability* X_1 terhadap Y diperoleh nilai r sebesar 0,841, hubungan antara indikator *Responsiveness* X_2 terhadap Y diperoleh nilai r sebesar 0,937, hubungan antara indikator *Access* X_3 terhadap Y diperoleh nilai r sebesar 0,974, hubungan antara indikator *Courtesy* X_4 terhadap Y diperoleh nilai r sebesar 0,975, hubungan antara indikator *Communication* X_5 terhadap Y diperoleh nilai r sebesar 0,913.

Dari beberapa temuan diatas indikator yang mempunyai hubungan paling kuat dengan kepuasan anggota Koperasi Budi Pertiwi adalah indikator *courtesy* atau sikap sopan santun dari pegawai atau karyawan koperasi dalam melayani para anggotanya hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai r hitung tertinggi jika dibandingkan dengan indikator yang lainnya yaitu sebesar 0,975. Hal ini sangat wajar karena bagi anggota pelayanan yang ramah dari para karyawan koperasi dapat memberikan perasaan yang nyaman dan menunjukkan bahwa anggota benar – benar adalah pemilik koperasi yang harus dilayani dengan penuh sopan santun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai yang diperoleh atas uji analisis menggunakan product moment telah membuktikan bahwa, untuk product moment diperoleh hasil sebesar (r hitung) $0,975 > 0,183$ (r tabel) menunjukkan bahwa pelayanan karyawan koperasi berhubungan erat dengan kepuasan anggota. Dari lima indikator pelayanan anggota yaitu (1) *reliability*, (2) *Responsiveness*, (3) *Access*, (4) *Courtesy*, (5)

Communication, indikator *courtesy* merupakan indikator yang mempunyai hubungan paling kuat yaitu sebesar 0,975.

Selanjutnya peneliti menyarankan agar selalu melakukan pelatihan kepada karyawannya khususnya pelatihan tentang etika pelayanan kepada anggota. Dengan adanya pelayanan yang baik dari para karyawan maka kepuasan anggota akan meningkat dan selanjutnya juga akan meningkatkan kinerja koperasi secara kelembagaan.

Daftar Pustaka

- Andjar Pachta, 2005 *Hukum Koperasi Indonesia*, Jakarta kencana
- Anonim. 1992. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Jakarta
- Anonim. 1995. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam Oleh Koperasi.
- Anonim. 1998. Keputusan Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 351/Kep/M/XII/1998 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam Oleh Koperasi.
- Cahidir Ali, 2001, *Permodalan dan Perkreditan Koperasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Dhaniswara K.Harjono, 2006 *Hukum Penanaman Modal*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Djarwanto 2006, *Statistik Non Parametrik*, BPFE, Yogyakarta
- G. Kartasapoetra 2002, *Praktek Pengelolaan Koperasi*. Jakarta: Rekacipta.
- Ginandjar Kartasasmita 2004, *Pembangunan Untuk Rakyat, Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, Jakarta : Pustaka CIDESINDO
- Hanafi Nuhfil, Jabal Tarik Ibrahim, Mangku Purnomo, 2003, *Strategi Pembangunan Pertanian (Sebuah Pemikiran Baru)*, Lappera Pustaka Utama, Bantul.
- Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Mirza Gamal 2006, *Hukum Organisasi Perusahaan, Pola Kemitraan*

- dan Badan Hukum*, Bandung, PT. Refika Aditama
- Pachta W. Andjar, 2005, *Hukum Koperasi Indonesia, Pemahaman, Regulasi, Pendirian dan Modal Usaha*, Jakarta, Kencana.
- Philip Kotler 2004, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Edisi ketiga Yogyakarta: BPFE
- Rusidi, 2002, *Badan Hukum*, Bandung, PT. Alumni
- Sehendar, Sulaeman, 2004, *Analisis Manfaat Lembaga Keuangan Berbentuk Koperasi (KSP/USP)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Jilid 9.
- Sugiyono 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta
- Suliyanto, 2009, *Metodologi penelitian S2*, Ghalia. Indonesia. Bogor
- Soerjono Soekanto, 2003, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy.2001. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- Untung Tri Basuki, 2008, *Hukum Koperasi dan Peranan Notaris Indonesia*, Yogyakarta, Andi Offset
- Zeithamal dan Bitner, Arief, 2006 *Devering Quality Service*, New York: The Free Press