

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA KOPERASI PASAR SRINADI KLUNGKUNG UNIT SIMPAN PINJAM DI KABUPATEN KLUNGKUNG

Oleh :

Putu Yuda Wirawan

Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

e-mail : yudabomber15@gmail.com / telp : +6281 916242054

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Pasar Srinadi Klungkung. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Responden dalam hal ini adalah anggota Koperasi Pasar Srinadi Klungkung. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, analisis determinasi dan uji statistik t (t-test) dengan bantuan komputer program SPSS. Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi $Y=3,350 + 0,271X$. Hal ini berarti bahwa meningkatnya loyalitas anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hasil analisis t-test diperoleh t-hitung adalah sebesar 20,187 lebih besar dari t-tabel 1,6, H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Besarnya sumbangan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Pasar Srinadi Klungkung sebesar 80,6% yang ditunjukkan oleh koefisien detreminasi (D) = 80,6, sedangkan sisanya sebesar 19,4% sumbangan faktor-faktor lain yang dalam penelitan ini tidak dibahas.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan & Loyalitas Anggota.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of service quality on member loyalty on Srinadi Market Cooperative Klungkung. Types of data used are qualitative data and quantitative data. Data source used is primary data and secondary data. Respondents in this case are members of Pasar Srinadi Cooperative Klungkung. Methods of data collection are observation, interview, questionnaire and documentation. Analytical techniques used are simple regression analysis, determination analysis and statistical test t (t-test) with the help of computer program SPSS. Based on the analysis result obtained regression equation $Y = 3,350 + 0,271X$. This means that increased member loyalty is influenced by the quality of service. The result of t-test analysis obtained t-count is 20,187 bigger than t-table 1,6, H_0 is rejected and H_a accepted, it means that service quality have positive and significant influence to member loyalty. The amount of contribution of quality of service to member loyalty to Srinadi Klungkung Market Cooperative is 80,6% indicated by coefficient of detremination (D) = 80,6, while the rest equal to 19,4% contribution of other factors which in this research is not discussed.

Keywords: *Service Quality & Member Loyalty.*

PENDAHULUAN

Koperasi Indonesia merupakan alat demokrasi ekonomi dan alat pembangunan masyarakat yang dilandasi Pancasila dan Undang - Undang Dasar 1945. Kedudukan koperasi di Indonesia dalam perekonomian nasional mendapat tempat yang paling penting sesuai dengan Undang - Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selanjutnya penjelasan pasal 33 antara lain menyatakan bahwa kemakmuran masyarakat yang diutamakan bukan merupakan orang seorang dan badan perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi. Dengan demikian, Undang - Undang Dasar 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian sekaligus sebagai bagian integral tata perekonomian nasional (Undang - Undang Dasar 1945, pasal 33 ayat 1).

Undang-Undang (UU) No.17 tahun 2012 bahwa pengembangan dan pemberdayaan koperasi dalam suatu kebijakan Perkoperasian harus mencerminkan nilai dan prinsip Koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi anggota koperasi sehingga tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri, dan tangguh dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional dan global yang semakin dinamis dan penuh tantangan. Koperasi dituntut untuk mempertinggi taraf hidup anggotanya, meningkatkan produksi dan mewujudkan pendapatan yang adil serta kemakmuran yang merata.

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang dibentuk secara bersama-sama berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi sangat berperan dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi yang didasari oleh kebersamaan, keterbukaan dan kekeluargaan. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan, koperasi akan membantu melancarkan arus uang dari suatu tempat ketempat lain, melancarkan pengadaan modal investasi dan modal kerja bagi usaha-usaha yang tergolong prioritas maupun bukan prioritas, semua memerlukan jasa koperasi.

Banyak koperasi yang bersaing menawarkan keunggulan-keunggulan produk atau jasanya yang dapat membuat konsumen tertarik dan percaya untuk menanamkan modalnya atau mendepositokan uangnya, ataupun dalam urusan simpan pinjam. Untuk memperoleh keunggulan daya saing dalam skala global, selain produk atau jasa koperasi dituntut pula untuk menyajikan atau memberikan pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karena itu menurut Gilaninia *et al.* (2013), kualitas layanan adalah elemen penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan jasa. Guspul (2014), menyatakan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu,

sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan produk tersebut kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.

Tujuan utama Koperasi Pasar Srinadi Klungkung yaitu meningkatkan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan kepentingan ekonominya sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan pendapatan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menciptakan loyalitas anggota, anggota yang semakin kritis terhadap pelayanan yang di peroleh membuat Koperasi Pasar Srinadi Klungkung harus dapat menjalankan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik, peningkatan jumlah anggota yang menggunakan jasa dari tahun ke tahun dapat dijadikan evaluasi bagi Koperasi Pasar Srinadi Klungkung untuk menilai seberapa tinggi loyalitas anggota dari pada pelayanan yang di berikan koperasi.

Pokok permasalahan penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, yaitu:

Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Pasar Srinadi Klungkung.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah Koperasi Pasar Srinadi Klungkung, yang beralamat di jalan Mahoni, Semarapura Kelod, Klungkung, Bali, dengan pertimbangan meningkatnya anggota yang perlu dikaji dengan kualitas pelayanan yang meningkat dan loyalitas anggotanya. Hal ini dilakukan karena persaingan yang lemah dan meningkatnya usah-usaha yang sejenis. Dalam hal ini adapun obyek penelitiannya yaitu anggota koperasi berkaitan dengan kualitas pelayanannya. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumbernya, sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Pada Penelitian ini digunakan model regresi yaitu regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X), terhadap Loyalitas anggota Koperasi Pasar Srinadi Klungkung (Y). Analisa regresi sederhana digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila ada satu variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis sederhana yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah agar dapat melihat Pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X), dan variabel terikat loyalitas anggota (Y), hal ini dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:

Tabel 5.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

| Coefficients | | | | | |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 (Constant) | 3,350 | 0,593 | | 5,650 | 0,000 |
| Kualitas Pelayanan | 0,271 | 0,013 | 0,898 | 20,187 | 0,000 |

Sumber: Lampiran 4

Dari hasil analisis regresi pada tabel 5.7 maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,350 + 0,271X$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan pola pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas anggota (Y) yaitu sebagai berikut:

Nilai $a = 3,350$ berarti apabila kualitas pelayanan (X) tidak mengalami perubahan atau tetap maka besarnya loyalitas anggota (Y) adalah 3,350

Nilai $b = 0,271$ berarti apabila kualitas pelayanan (X) dinaikkan satu satuan (1) maka loyalitas anggota (Y) naik sebesar 0,271 satuan. Artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas anggota.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota, maka digunakan analisis determinasi. Pada rekapitulasi hasil SPSS pada tabel 5.8

Tabel 5.8 Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|----------------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of The Estimate |
| 1 | 0,898 | 0,806 | 0,804 | 0,41291 |

Sumber: Lampiran 4

Besarnya koefisien determinasi (R^2)=0,806 ini berarti sumbangan kualitas pelayanan terhadap variasi loyalitas anggota sebesar 80,6%, sedangkan sisanya sebesar 19,4 % dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji -t (T-test)

Untuk mengetahui nyata tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas anggota (Y) apakah sudah signifikan atau tidak, maka dalam penelitian ini dipergunakan uji regresi uji-t (T-test). Adapun langkah-langkah pengujian tersebut sebagai berikut:

a. Membuat formulasi hipotesis

$H_0 : b = 0$, berarti tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.

$H_a : b > 0$, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.

b. Ketentuan pengujian

Dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan $n-k (100-2) = 98$, test satu sisi pada sisi kanan, diperoleh nilai t-tabel ($0,05 ; 98$) = 1,6.

c. Kriteria pengujian

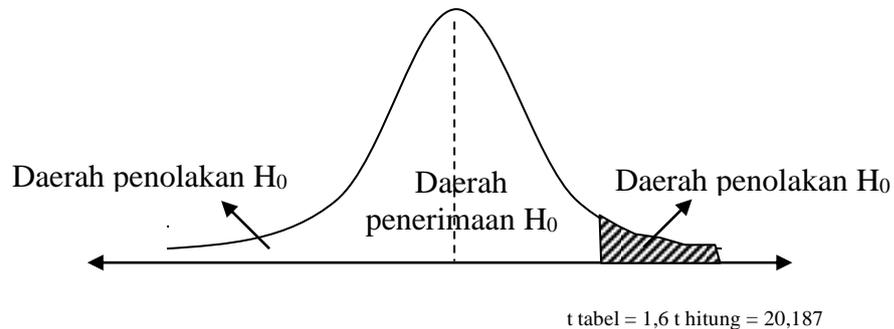
- 1) Jika $t_1\text{-hitung} > t\text{-tabel} (1,6)$ maka H_0 ditolak, berarti pengaruh signifikan
- 2) Jika $t_1\text{-hitung} \leq t\text{-tabel} (1,6)$ maka H_0 diterima, berarti pengaruh tidak signifikan.

d. Perhitungan $t_1\text{-hitung}$

$t \text{ hitung} = 20,187$

e. Gambar Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Gambar 5.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0



f. Keputusan

Nilai $t_{hitung} = 20,187$ sig 0,00 dan t tabel 1,6 pada tingkat signifikansi 5% sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa secara statistika pada taraf kepercayaan (α) = 5 %, maka kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan (nyata) terhadap loyalitas anggota (Y). Dengan demikian hipotesis teruji kebenarannya.

Berdasarkan pengujian secara empirik didapat nilai t hitung sebesar 20,187 dan sig 0,00, dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pemberi jasa, dengan demikian Koperasi Pasar Srinadi Klungkung dapat meningkatkan loyalitas anggota dengan cara meminimumkan atau meniadakan pengalaman anggota yang kurang menyenangkan. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin puas anggota yang nantinya bermuara pada peningkatan loyalitas.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Pasar Srinadi Klungkung, yang ditunjukkan oleh persamaan garis regresi linier sederhana diperoleh adalah $Y = 3,350 + 0,271 X$. Hal ini berarti bahwa meningkatnya loyalitas anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hasil analisis t-test diperoleh t-hitung adalah sebesar 20,187 lebih besar dari t-tabel 1,6, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.
- b. Besarnya kontribusi atau sumbangan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Pasar Srinadi Klungkung, adalah sebesar 80,6%, sedangkan sisanya sebesar 19,4% merupakan sumbangan faktor-faktor lain yang dalam penelitian ini tidak dibahas.

Saran

Untuk meningkatkan loyalitas anggota, maka disarankan kepada perusahaan, hendaknya meningkatkan kualitas pelayanannya. Sehingga anggota akan semakin merasa puas dan secara tidak langsung akan ikut merekomendasikan kemasyarakat luas untuk menabung ataupun meminjam di Koperasi Pasar Srinadi Klungkung.

REFERENSI

- Assael. H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th edition. New York University. Thomson Learning.
- Gasvers, Vincent. 1977. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta : Yayasan Indonesia Emas Gramedia Pustaka Utama.
- Graha, S,M, I & Wardana, Made, (2016). “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hardy’s Negara”.
- Garvin, jill. 2004. *Costomer Loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gilaninia, Shahram, Mohammad Teleghani, and Mohammad Reza Khorshidi Talemi. The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Research and Development*, 1 (4), pp: 1-7.
- Guspul, Ahmad. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal PPKM Unsiq*, 1 pp: 40-54.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konnsumen*. Bandung:Alfabeta.
- Kotler, P. 2005, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Buku 2. Diadaptasi oleh A.B. Susanto.2001. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuryani,A,K,Ni, (2016). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas anggota Pada Koperasi Sapta Dana Amerta Gianyar “
- Parasuraman, A. 2002. *Service Quality*. Coral Gables: University of Miami, library Assessment and Benchmarking Institute Monterey.
- Rangkuti, Freddy, 2008, *Riset Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudjana.2005. *Metode Statistika*. Edisi ke-6. CV. AlfabetaBandung.
- Suputra,E,W,I, (2014). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas anggota PT. Bank Perkreditan Rakyat Gianyar Partasedana di Blahbatuh”
- Sanganji, M, Etta & Sopiah. 2010.*Metodologi Penelitian*.Andy, Yogyakarta.
- Sugiono (2011), *Statistika Untuk Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*.CV. Alfabeta. Bandung.
- UU No.17 Tahun 2012
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Zeihmal, Valarie .A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. The McGraw-Hill Companies.
- <http://berytariyo.blogspot.co.id/2013/03/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html>
- <http://www.mekargg.co.id/2016/10/24/kegiatan-koperasi-simpan-pinjam/>