

## Analisis Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota pada Unit Koperasi Kredit

Diyani Fauziyah<sup>1)</sup>, Mohammad Fahreza<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia

[diyani.fauziyah@ikopin.ac.id](mailto:diyani.fauziyah@ikopin.ac.id)

[mfahreza@ikopin.ac.id](mailto:mfahreza@ikopin.ac.id)

### ABSTRAK

Pendapatan unit Koperasi Kredit XYZ pada tahun 2019 sampai dengan 2020 mengalami penurunan. Hal ini diduga disebabkan oleh belum optimalnya pelayanan pengurus kepada anggota (nasabah) Koperasi Kredit XYZ sehingga tidak diikuti partisipasi aktif dari anggotanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan dalam unit Koperasi Kredit XYZ dapat meningkatkan kepuasan anggota. Untuk mengetahui kepuasan anggota terhadap pelaksanaan dan mengetahui harapan anggota terhadap pelaksanaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Kemudian hasil dari penilaian tersebut dianalisis tingkat harapan terhadap pelaksanaannya dengan tabel rekapitulasi dan dengan diagram kartesius lalu ditinjau lagi dengan analisis kesenjangan.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Anggota, Koperasi Kredit, Kualitas Pelayanan*

### ABSTRACT

*The research object is XYZ Credit Union. The income of the XYZ Credit Union in 2019 to 2020 has decreased. This is probably caused by the lack of management service to members (customers) of XYZ Credit Union hence it is not followed by the members participation. The research method used is descriptive analysis. The purpose of this study is to analyze the extent of service quality in the XYZ Credit Union unit able to increase member satisfaction. To find out the members' satisfaction with the implementation and to know the members' expectations for the implementation. Then the results of the assessment are analyzed by the level of expectation of its implementation with a recapitulation table and with a Cartesian diagram and then reviewed again with a gap analysis. **Keywords:** *Credit Union, Members Satisfaction, Service Quality**

### PENDAHULUAN

Keberhasilan koperasi tidak terlepas dari partisipasi aktif para anggotanya. Menurut Ramudi Arifin (2013) tentang partisipasi anggota adalah: “*Keterlibatan anggota dalam organisasi dan perusahaan koperasi baik dalam kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan*”. Partisipasi anggota dipengaruhi oleh tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan koperasi.

Pelayanan yang baik harus berlangsung secara konsisten demi tercapainya kepuasan anggota sehingga anggota dapat terus berpartisipasi dalam kegiatan usaha koperasi.

Hal yang penting dalam masalah pelayanan adalah mengenai mutu pelayanan itu sendiri. Hal ini berarti pelayanan dapat diterima oleh anggota apabila manajemen pelayanan tersebut dianggap baik dan menghasilkan pelayanan sesuai harapan. Masyarakat secara manusiawi sangat memerlukan adanya pelayanan guna mempertahankan hidupnya, baik dari diri sendiri maupun melalui karya atau aktivitas orang lain. Pelayanan yang dimaksud adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Adapun pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu perbuatan yang dilakukan karyawan koperasi terhadap anggota koperasi untuk memberikan kepuasan sesuai dengan harapannya.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2002) dalam Tjiptono (2014) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu: 1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi kualitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; 2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kecepatan dan ketepatan para staff untuk memberikan solusi terhadap keinginan pelanggan; 4) Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang harus dimiliki para staf, rasa aman, bebas risiko atau keraguan-keraguan; 5) Empati (*empathy*), merupakan kemampuan untuk mengerti kebutuhan pelanggan serta dapat membangun hubungan dan komunikasi yang baik kepada setiap pelanggan.

Kotler (2015) mendefinisikan kepuasan sebagai “Perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja/hasil yang diharapkan”. Jika nilai kinerja koperasi di bawah harapan, maka anggota merasa tidak puas. Jika nilai kinerja koperasi memenuhi harapan, maka anggota merasa puas. Jika nilai kinerja koperasi melebihi harapan, maka anggota merasa sangat puas.

Assael (2001) menyebutkan bahwa “*A satisfied customer is your best salesperson. Satisfied customer influence friends and relative to buy, dissatisfied customers inhibit sales*” (Seorang pelanggan yang puas merupakan penjual terbaik. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi rekan-rekannya dan kecenderungan mereka untuk membeli, pelanggan yang tidak puas akan menghambat penjualan). Sebagai unit usaha, koperasi sudah selayaknya mengutamakan kepuasan anggota sebagai pelanggannya. Hal ini karena pengalaman pribadi anggota saat menggunakan suatu produk/jasa koperasi dapat menjadi faktor pembentuk harapan anggota koperasi khususnya, dan masyarakat calon anggota koperasi pada umumnya.

Ada beberapa hal yang menguntungkan koperasi jika para anggotanya merasa puas atas pelayanan koperasi, di antaranya: 1) Mereka akan menjadi anggota yang setia terhadap koperasinya sehingga segala kewajibannya akan dengan mudah dipenuhinya; 2) Mereka akan membeli lebih banyak produk yang ditawarkan koperasi; 3) Mereka akan menceritakan segala hal yang baik tentang koperasinya kepada pihak lain; 4) Mereka tidak akan mudah tergoda oleh penawaran-penawaran dari pihak lain yang menawarkan produk-produk yang sama dengan koperasi; 5) Mereka menjadi kurang sensitif terhadap harga yang ditetapkan koperasi, seandainya harga operasi lebih mahal pun akan tetap memakluminya; 6) Mereka akan lebih aktif dalam memberikan masukan-masukan yang bermanfaat bagi koperasi.

Berdasarkan survey pendahuluan berupa wawancara kepada beberapa anggota yang melakukan transaksi di unit Koperasi Kredit (Kopdit) XYZ, diperoleh data yang menjadi penyebab kurang efektifnya partisipasi anggota dalam bertransaksi sehingga banyak anggota yang tidak aktif dalam melakukan transaksi simpan pinjam adalah: a) Letak koperasi kurang strategis; b) Sistem pelayanan yang diterapkan membuat anggota menjadi kurang maksimal untuk melakukan transaksi; c) Anggota baru tidak dapat melakukan peminjaman.

Adapun volume simpan pinjam pada Kopdit XYZ menurun pada dua tahun terakhir (Tabel 1.) meskipun jumlah anggota meningkat. Kondisi ini diduga disebabkan oleh belum optimalnya pelayanan pengurus kepada anggota (nasabah) Kopdit XYZ sehingga tidak diikuti partisipasi aktif dari anggotanya. Dengan demikian, Kopdit XYZ harus segera memperbaiki kualitas pelayanan agar partisipasi anggota pada koperasi ini dapat berkembang.

Tabel 1. Pendapatan Koperasi Kredit XYZ

Tahun	Pendapatan	Persentase	Ket
2016	Rp 3.730.848.959		
2017	Rp 4.003.501.806	5%	Naik
2018	Rp 4.218.953.067	4,7%	Naik
2019	Rp 4.144.681.199	-4,7%	Turun
2020	Rp 3.682.914.163	-5,4%	Turun

(Sumber: Laporan RAT XYZ 2016-2020)

Menurut Lovelock dan Wright (2005) ada empat fungsi inti yang harus dipahami penyedia layanan jasa, yaitu: (1) Memahami persepsi masyarakat yang senantiasa berubah tentang nilai dan kualitas jasa atau produk; (2) Memahami kemampuan sumber daya dalam menyediakan pelayanan; (3) Memahami arah pengembangan lembaga pelayanan agar nilai dan kualitas yang diinginkan masyarakat terwujud; dan (4) Memahami fungsi lembaga pelayanan agar nilai dan kualitas jasa/produk tercapai dan kebutuhan setiap stakeholders terpenuhi.

Dengan memperhatikan pelaksanaan pelayanan yang tepat diharapkan anggota ataupun konsumen akan mendapatkan kepuasan dengan skala yang lebih tinggi dan berdampak pada loyalitas, dengan adanya skala loyalitas diharapkan terjalin hubungan timbal balik yang semakin erat antara Koperasi dengan Anggota yang mampu menimbulkan kesejahteraan ekonomi bagi anggota maupun koperasi.

Berdasarkan fenomena di atas maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota”. Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit XYZ, tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan Koperasi Kredit XYZ, dan upaya Koperasi Kredit XYZ dalam meningkatkan kepuasan anggota koperasi.

## METODE

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik penelitian studi

kasus. Lokasi penelitian adalah Unit Koperasi Kredit XYZ. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Adapun operasionalisasi variabel penelitian yang menjadi acuan dalam penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Operasionalisasi Variabel**

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 2002)	1. Bukti langsung	1. Penampilan/ pakaian karyawan 2. Perlengkapan dan peralatan yang digunakan 3. Lokasi
		2. Keandalan	1. Janji pelayanan 2. Sikap menghadapi anggota 3. Masa waktu pelayanan
		3. Daya tanggap	1. Kesiediaan karyawan membantu anggota 2. Ketanggapan memberikan informasi
		4. Jaminan	1. Pengetahuan 2. Kemampuan 3. Kesopanan 4. Sifat dapat dipercaya
		5. Empati	1. Komunikasi dengan anggota 2. Memahami kebutuhan anggota
2.	Kepuasan Anggota (Kotler, 2015)	Tingkat kepuasan	Membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan
3.	Upaya Unit Kopdit XYZ dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota	Analisis Pelayanan dan Kepuasan Anggota	Melihat Hasil Dari Variabel X dan Y

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota koperasi yang aktif bertransaksi pada Kopdit XYZ yaitu berjumlah 1.563 anggota. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebesar 5% dari populasi. Jadi, besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 78 anggota. Penentuan sampel ini berdasarkan teori Suparmoko (2000) apabila sama sekali tidak ada pengetahuan mengenai besarnya varians dari populasi, maka cara terbaik adalah cukup dengan mengambil persentase tertentu, katakanlah 5%, 10% atau 50% dari jumlah populasi. Beberapa hal berikut dapat dipakai sebagai petunjuk dalam menentukan besarnya % tersebut, diantaranya: (1) Bila populasi N besar, persentase yang kecil saja sudah dapat memenuhi syarat; (2) Besarnya sampel hendaknya jangan kurang dari 30; (3) Sampel seyogyanya sebesar mungkin jika dana dan waktu masih dapat menjangkau.

### Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan yang diberikan oleh unit XYZ kepada anggota pada koperasi kredit XYZ dilakukan dengan cara metode *random sampling*, serta menganalisis data dan informasi dari anggota koperasi. Untuk menjawab unsur kepuasan identifikasi kedua, tentang bagaimana tingkat kepuasan anggota sebagai pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan unit XYZ, dianalisis secara kuantitatif dan diuraikan secara terperinci. Data dan informasi yang telah didapatkan dievaluasi dengan menggunakan metode *skoring* yaitu dengan cara memberikan

nilai dari variabel unsur pelayanan.

**Tabel 3. Skor Alternatif Jawaban**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016)

Tinggi rendahnya nilai indikator maupun variabel dapat diperoleh dari skala dan kelas interval, yaitu skor kumulatif tertinggi (Skt) dikurangi skor kumulatif terendah (Skr), kemudian dibagi kriteria penilaian. Dalam penelitian ini, skor kumulatif kualitas pelayanan Kopdit XYZ (P) dan tingkat kepuasan anggota (H) dengan jumlah sampel sebesar 78 orang memiliki nilai yang sama (Skt = 390; Skr = 78). Sementara interval tingkat kesesuaian diperoleh dengan membandingkan antara variabel kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan dikali 100%. Maka diperoleh nilai interval skor sekitar 62, sementara nilai interval tingkat kesesuaian sekitar 20%. Berdasarkan perhitungan ini, maka skor dan kriteria yang digunakan sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Skor dan Kriteria Penilaian Anggota**

<b>Kriteria</b>	<b>Skor</b>	<b>Tingkat Kesesuaian</b>
Sangat tidak baik/ sangat tidak puas	78 – 140	0 – 20%
Tidak baik/ tidak puas	141 – 203	21 – 40%
Kurang baik/kurang puas	204 – 266	41 – 60%
Baik/puas	267 – 329	61 – 80%
Sangat baik/sangat puas	329 – 390	81 – 100%

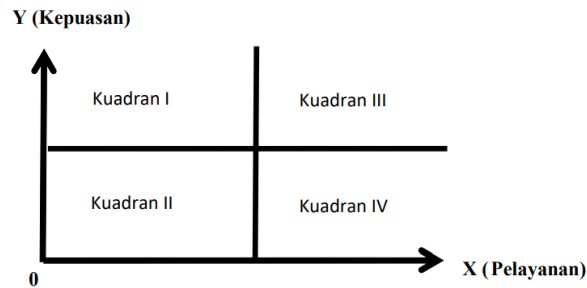
Selanjutnya, untuk mengetahui GAP terbesar antara penilaian tingkat pelayanan dan kepuasan anggota disajikan dalam Tabel 5. seperti di bawah ini.

**Tabel 5. GAP Analysis**

<b>No.</b>	<b>Indikator</b>	<b>P</b>	<b>H</b>	<b>GAP</b>	<b>Ranking</b>
1.					
2.					
	Dst.				
	<b>Mean</b>				

Selanjutnya, untuk mengetahui upaya yang harus dilakukan Kopdit XYZ dalam meningkatkan kepuasan anggota sebagai pelanggan, dilihat dari hasil penilaian anggota terhadap unsur pelayanan Kopdit XYZ dan kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan Kopdit XYZ. Tingkat pelayanan dan kepuasan ini kemudian diukur dengan menggunakan diagram kartesius.

Tingkat pelayanan dimasukkan pada sumbu horizontal (X), sedangkan untuk tingkat kepuasan dimasukkan pada sumbu vertikal (Y). Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1. Diagram Kartesius**

Batas-batas untuk menentukan kuadran I, II, III, IV pada diagram Cartesius didapat dari skor rata-rata respon pelayanan ( $P(X)$ ) dan skor rata-rata respon harapan ( $H(Y)$ ). **Kuadran I** menunjukkan unsur pelayanan sangat tidak berkualitas padahal anggota sebagai pelanggan sangat membutuhkan, sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini perlu sangat diperhatikan untuk ditingkatkan. **Kuadran II** menunjukkan unsur pelayanan sangat tidak berkualitas dan anggota sebagai pelanggan memang sangat tidak membutuhkan, sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini dapat diabaikan. **Kuadran III** menunjukkan unsur pelayanan sangat berkualitas dan anggota sebagai pelanggan sangat membutuhkan, sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini perlu dipertahankan. **Kuadran IV** menunjukkan unsur pelayanan sangat berkualitas tetapi anggota pelanggan sangat tidak membutuhkan, sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini perlu dipertimbangkan untuk dipertahankan atau dikembangkan sebagai upaya efisiensi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian empiris atau kajian teoritis yang ditulis dengan sistematis, analisis yang kritis, dan informatif. Penggunaan tabel, gambar dsb hanya sebagai pendukung yang memperjelas pembahasan dan dibatasi hanya pada pendukung yang benar-benar substantial, misalnya tabel hasil pengujian statistik, gambar hasil pengujian model dsb. Tabel yang disajikan bukan berupa output olahan statistik, namun merupakan rangkuman hasil yang informatif. Gambar dan Tabel diletakkan secara konsisten di bagian tengah halaman, diberi nomor dan judul di bagian atas untuk Tabel dan di bawah untuk Gambar.

Pembahasan hasil bersifat argumentatif menyangkut relevansi antara hasil, teori, penelitian terdahulu dan fakta empiris yang ditemukan, serta menunjukkan kebaruan temuan.

Hasil penelitian menggambarkan tanggapan anggota terhadap pelayanan Kopdit XYZ adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Skor Alternatif Respon terhadap Pelayanan dan Harapan Anggota

No	Indikator	Respon terhadap Pelayanan (%)					Kriteria	Respon terhadap Harapan Anggota (%)					Kriteria
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Bukti Langsung													
1.	Penampilan Karyawan	0	1	2	5	1	Baik	0	0	16	31	53	Sangat Penting
			0	2	4	4							
2.	Lokasi	0	5	6	2	9	Kurang Baik	0	0	6	40	54	Sangat Penting
				2	4								
3.	Perlengkapan/ peralatan	0	8	4	3	1	Kurang Baik	0	0	14	36	50	Sangat Penting
				7	3	2							
Keandalan													
4.	Keramahan dan kepedulian	0	7	2	5	1	Baik	0	0	1	33	66	Sangat Penting
				4	4	5							
5.	Kenyamanan jam operasional	0	1	2	4	1	Baik	0	0	4	37	59	Sangat Penting
			5	1	6	8							
6.	Sikap profesionalisme	0	1	4	3	7	Kurang baik	0	0	1	33	66	Sangat Penting
			5	6	2								
Daya Tanggap													
7.	Kesediaan memberikan informasi	0	1	2	4	1	Baik	0	0	5	27	68	Sangat Penting
			7	3	3	7							
8.	Kecepatan dan ketepatan	0	9	2	4	1	Baik	0	0	8	32	60	Sangat Penting
				5	9	7							
Jaminan													
9.	Kesopanan	0	9	2	4	1	Baik	0	0	0	28	72	Sangat Penting
				7	7	7							
10	Dapat dipercaya	0	5	4	3	1	Kurang baik	0	0	0	32	68	Sangat Penting
				9	4	2							
Empati													
11	Perhatian saat melayani anggota	0	8	2	4	2	Baik	0	0	8	27	65	Sangat Penting
				3	7	2							
12	Kenyamanan melayani anggota	0	8	1	5	2	Baik	0	0	1	31	68	Sangat Penting
				7	2	3							
<b>Rata-rata</b>						<b>Baik</b>						<b>Sangat Penting</b>	

Sumber: Data yang diolah

Tingkat kesesuaian pelayanan diperoleh dari perbandingan antara skor respon pelayanan dengan skor respon harapan anggota. Skor tingkat kesesuaian pelayanan dapat diperingkat mulai dari yang tertinggi sampai dengan yang terendah. Peringkat dari tingkat kesesuaian dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan anggota agar dapat mempertahankan kinerjanya dan meningkatkannya menjadi lebih baik dari sebelumnya, sehingga harapan anggota dapat terpenuhi secara keseluruhan (Tofani, 2012). Berikut urutan peringkat tingkat kesesuaian pada masing-masing atribut pelayanan yang telah memenuhi harapan atau kepentingan responden seperti terlihat dalam Tabel 7.

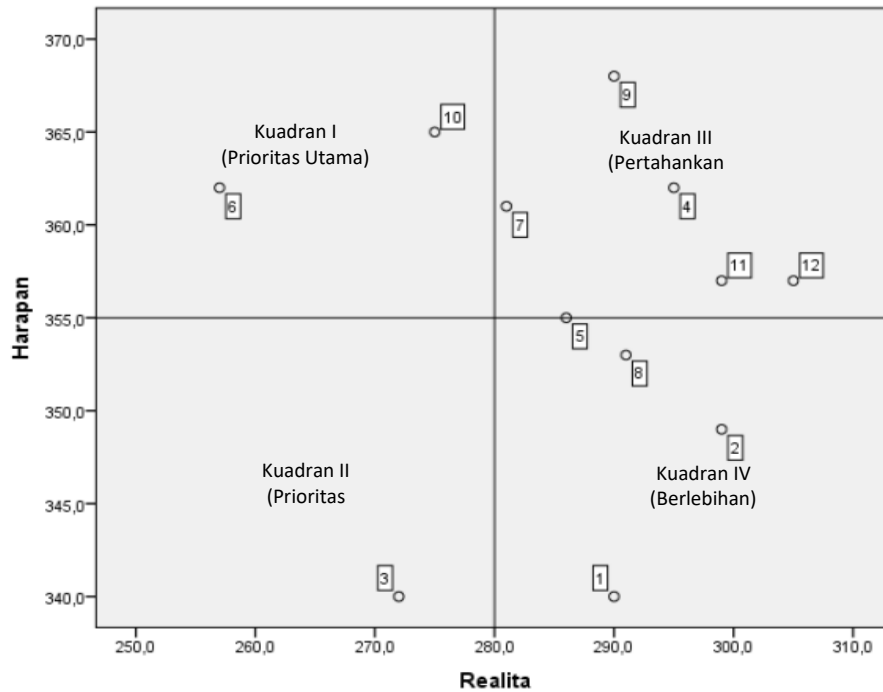
**Tabel 7. Tingkat Kesesuaian dan GAP Analysis Respon terhadap Pelayanan dan Harapan Anggota**

No	Indikator	Skor Respon Pelayanan (P(X))	Kriteria	Skor Respon Harapan (H(Y))	Kriteria	Kesesuaian P(X) dan H(Y)	Peringkat	GAP	Ranking
<b>Bukti Langsung</b>									
1.	Penampilan Karyawan	290	Baik	340	Sangat Penting	85,29%	3	50	11
2.	Lokasi	299	Kurang Baik	349	Sangat Penting	85,67%	1	50	11
3.	Perlengkapan/ peralatan	272	Kurang Baik	340	Sangat Penting	80,00%	8	68	6
<b>Keandalan</b>									
4.	Keramahan dan kepedulian	295	Baik	362	Sangat Penting	81,49%	6	67	7
5.	Kenyamanan jam operasional	286	Baik	355	Sangat Penting	80,56%	7	69	5
6.	Sikap profesionalisme	257	Kurang baik	362	Sangat Penting	70,99%	12	105	1
<b>Daya Tanggap</b>									
7.	Kesediaan memberikan informasi	281	Baik	361	Sangat Penting	77,84%	10	80	3
8.	Kecepatan dan ketepatan	291	Baik	353	Sangat Penting	82,44%	5	62	8
<b>Jaminan</b>									
9.	Kesopanan	290	Baik	368	Sangat Penting	78,80%	9	78	4
10.	Dapat dipercaya	275	Kurang baik	365	Sangat Penting	75,34%	11	90	2
<b>Empati</b>									
11.	Perhatian saat melayani anggota	299	Baik	357	Sangat Penting	83,75%	4	58	9
12.	Kenyamanan melayani anggota	305	Baik	357	Sangat Penting	85,43%	2	52	10
<b>Rata-rata</b>		<b>286,7</b>	<b>Baik</b>	<b>356,3</b>	<b>Sangat Penting</b>	<b>80%</b>		<b>69,08</b>	

Sumber: Data yang diolah

Dari Tabel 7. terlihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian atribut kualitas pelayanan adalah baik. Meskipun begitu, ada beberapa atribut yang masih di bawah rata-rata. Di samping itu, hasil *GAP Analysis* juga menunjukkan beberapa atribut dengan nilai GAP di atas rata-rata. Hasil dari kedua analisis menunjukkan hasil yang sama mengenai atribut yang menjadi prioritas bagi Kopdit XYZ untuk dapat ditingkatkan. Atribut tersebut secara berturut-turut adalah sikap profesionalitas, dapat dipercaya, kesediaan memberikan informasi, kesopanan. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian, Kopdit XYZ perlu memperbaiki atau meningkatkan empat atribut tersebut agar dapat memenuhi kepuasan anggota secara keseluruhan. Hubungan antara skor rata-rata respon pelayanan dan skor rata-rata respon harapan dari masing-masing atribut pelayanan Kopdit XYZ seperti pada Tabel 7. diwujudkan ke dalam diagram Cartesius pada Gambar 2. dengan menggunakan SPSS 15.





**Gambar 2. Diagram Kartesius**

**Kuadran I** menunjukkan unsur pelayanan sangat tidak berkualitas padahal anggota sebagai pelanggan sangat membutuhkan. Langkah yang harus dilakukan untuk mengatasi kondisi ini yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari unsur tersebut, karena unsur ini sangat dianggap penting oleh seluruh anggota. Dari hasil analisis, data yang termasuk dalam kuadran I adalah indikator 6 (sifat profesionalitas pegawai saat melayani) dan indikator 10 (sifat dipercaya anggota kepada pegawai).

**Kuadran II** menunjukkan unsur pelayanan sangat tidak berkualitas dan anggota sebagai pelanggan memang sangat tidak membutuhkan, sehingga tidak menjadi prioritas untuk diperhatikan. Dari hasil analisis data, unsur yang termasuk dalam kuadran II yaitu indikator 3 (perlengkapan dan peralatan yang digunakan).

**Kuadran III** menunjukkan unsur pelayanan sangat berkualitas dan anggota sebagai pelanggan sangat membutuhkan, sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini perlu dipertahankan. Dari hasil analisis data, yang termasuk pada kuadran III yaitu indikator 4 (keramahan dan kepedulian), indikator 7 (kesediaan pegawai memberikan informasi tentang koperasi), indikator 9 (kesopanan saat melayani), indikator 11 (perhatian saat melayani anggota), indikator 12 (kenyamanan melayani anggota).

**Kuadran IV** menunjukkan unsur pelayanan sangat berkualitas tetapi anggota pelanggan sangat tidak membutuhkan. Unsur-unsur ini dianggap berlebihan sehingga unsur-unsur pelayanan pada kuadran ini perlu dipertimbangkan untuk dipertahankan atau dikembangkan sebagai upaya efisiensi. Dari analisis data, yang termasuk pada kuadran ini yaitu indikator 1 (penampilan dan pakaian), indikator 2 (lokasi strategis bangunan koperasi), indikator 3 (kenyamanan jam operasional), dan indikator 8 (kecepatan dan ketepatan saat melayani anggota).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Jika ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopdit XYZ kepada anggota, beberapa indikator sudah dijalankan dengan baik yaitu seperti keramahan dan kepedulian, pengetahuan tentang koperasi yang diberikan oleh pegawai, kesopanan saat melayani, perhatian saat melayani anggota, kenyamanan melayani anggota. Namun, masih ada indikator yang dianggap penting dalam kualitas pelayanan justru kurang diperhatikan oleh manajemen unit Kopdit XYZ, indikator tersebut antara lain sifat profesionalitas pegawai saat melayani dan sifat dipercaya anggota kepada pegawai.

### **Saran**

Perlu adanya evaluasi dan perbaikan untuk pelaksanaan kualitas pelayanan agar pelaksanaannya bisa sesuai dengan yang diharapkan anggota. Kopdit XYZ dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota yang selama ini sudah baik, terutama sifat profesionalitas dan dapat dipercaya, misalnya dengan membekali keterampilan komunikasi dan manajerial bagi pegawai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, Ramudi. 2013. *Koperasi sebagai Perusahaan*. Bandung: IKOPIN Press.
- Assael, H. 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th ed., Thomson Learning, Boston, MA.
- Kotler, P. 2015. *Marketing Management*. The Kindle Edition, International Edition, Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Lovelock, C.H. dan Wright, L.K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko. 2000. *Pengantar Ekonomi Makro*, Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tofani, W.P. 2012. *Analisis Kepuasan Anggota Koperasi terhadap Pelayanan Koperasi Guru dan Pegawai (KOGUPE) SMAN 46 Jakarta*. Skripsi.