

Pengaruh Citra Koperasi Syariah Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Syariah BMT Itqan**¹Arman Maulana ²Siti Rosmayati***¹⁾²⁾Mahasiswa Pascasarjana Program Doktorat Ilmu Pendidikan Universitas Islam Nusantara Bandung**e-mail : ¹armandjexo@gmail.com ²siti.rosmayati91@gmail.com***ABSTRAK**

Permasalahan pada Koperasi Syariah Bmt Itqan ini target terkumpulnya anggota belum tercapai, padahal umurnya sudah lebih dari satu tahun. Anggota baru tercapai sebanyak 75% saja. Karena koperasi merupakan kumpulan orang-orang atau badan usaha yang mempunyai tujuan yang sama. Maka tujuan yang belum tercapai ini merupakan suatu masalah. Hal mungkin dikarenakan citra koperasi yang belum sesuai dengan harapan masyarakat sehingga, orang tidak berminat menjadi anggota koperasi. Metode penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Dengan analisis data Rank Spearman, Regresi Linier Sederhana dan Koefisien determinasi dan uji t. Dengan sampel sebanyak 40 orang anggota. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa : Loyalitas anggota dipengaruhi oleh Citra koperasi sebesar 84,4 %, sedangkan sisanya sebesar 15,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar Citra koperasi. Dengan demikian citra koperasi dimata anggota koperasi mempunyai pengaruh cukup berarti terhadap loyalitas anggota koperasi. Untuk t hitung dapat dihitung dengan SPSS menghasilkan nilai sebesar 4,020. Nilai thitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai ttabel di atas, sebagai berikut : Thitung (4,020) > Ttabel (1.684). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Hipotesis nol ditolak, yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

Kata Kunci : Citra Koperasi dan Loyalitas Anggota.**ABSTRACT**

The problem with the Bmt Itqan Sharia Cooperative has not reached the target of gathering members, even though its age is more than one year. New members reached as much as 75%. Because cooperatives are a collection of people or business entities that have the same goal. Then this unachieved goal is a problem. This might be because the image of cooperatives is not in accordance with the expectations of the community so that people are not interested in becoming members of cooperatives. This research method is descriptive and verification. With Spearman Rank data analysis, Simple Linear Regression and Coefficient of determination and t test. With a sample of 40 members. Based on the calculation above, it is known that: Loyalty of members is influenced by the image of the cooperative by 84.4%, while the remaining 15.6% is influenced by other factors outside the image of the cooperative. Thus the image of cooperatives in the eyes of cooperative members has a significant influence on the loyalty of cooperative members. For t arithmetic can be calculated with SPSS resulting in a value of 4,020. The t-count value is then compared to the table value above, as follows: T-count (4,020) > T-table (1,684). From these results it can be stated that the null hypothesis is rejected, which means that there is a significant influence of the image of the cooperative on member loyalty.

Keywords: Cooperative Image and Member Loyalty.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat lepas untuk berhubungan dengan orang lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena kebutuhan manusia sangat beragam dan terkadang tidak dapat memenuhi kehidupannya secara sendiri maka diperlukan adanya kerjasama dengan orang lain. Hubungan untuk memenuhi kebutuhan dalam bekerjasama antara satu dengan lainnya harus adanya aturan yang menjelaskan hak dan kewajiban untuk memberikan kewenangan masing-masing dalam menjalankan amanah yang telah mereka terima. Amanah yang mereka terima harus dijalankan dengan baik agar memberikan rasa aman pada pemberi amanah karena antara mereka akan mendapatkan manfaat dari kerjasama tersebut.

Setiap rakyat Indonesia berhak mendirikan koperasi, tentu saja ada beberapa persyaratan diantaranya mempunyai tujuan yang sama, sedikitnya saat hendak mendirikan koperasi ada beberapa orang, kemudian beraktivitas sehingga lama kelamaan jumlah orang atau anggota bertambah dan aktivitas juga bertambah. Jika sudah lebih dari 15 orang maka kumpulan orang yang menamakan dirinya koperasi boleh mengajukan badan hukum atau berbadan hukum. Saat ini kecenderungan masyarakat lebih menyukai hal-hal yang berkaitan dengan syariah islam, sehingga koperasi pun menyesuaikan dengan selera masyarakat saat ini, lebih suka dengan yang beridentitas kesyariahan. Sehingga dilingkungan masyarakatpun bermunculan perekonimian dalam bentuk syariah. Begitu juga koperasi.

Koperasi Syariah Bmt Itqan ini belum genap tiga tahun umurnya, anggota sudah mencapai 230 orang dengan anggota yang sangat bervariasi. Ada pegawai negeri, pegawai swasta dan wirausaha. Namun berbeda dalam status kepegawaian namun mempunyai tujuan yang sama. Ingin meningkatkan taraf hidup dibidang ekonomi secara mandiri.

Permasalahan pada Koperasi Syariah Bmt Itqan ini target terkumpulnya anggota belum tercapai, padahal umurnya sudah lebih dari satu tahun. Anggota baru tercapai sebanyak 75% saja. Karena koperasi merupakan kumpulan orang-orang atau badan usaha yang mempunyai tujuan yang sama. Maka tujuan yang belum tercapai ini merupakan suatu masalah. Hal ini mungkin dikarenakan citra koperasi yang belum sesuai dengan harapan masyarakat sehingga, orang tidak berminat menjadi anggota koperasi.

Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan masalah yang penulis teliti, maka penulis mengidentifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana citra Koperasi Syariah Bmt Itqan
- b. Bagaimana loyalitas anggota Koperasi Syariah Bmt Itqan
- c. Seberapa besar pengaruh citra kopoerasi syariah terhadap loyalitas anggota Koperasi Syariah Bmt Itqan.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui citra Koperasi Syariah Bmt Itqan.
- b. Mengetahui loyalitas anggota Koperasi Syariah Bmt Itqan.

- c. Mengetahui besarnya pengaruh citra kopoerasi syariah terhadap loyalitas anggota Koperasi Syariah Bmt Itqan.

LANDASAN TEORI

Koperasi

Menurut Undang – undang RI No. 25 Tahun 1992 pengertian koperasi adalah Koperasi di Indonesia, menurut UU tahun 1992, didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Di Indonesia, prinsip koperasi telah dicantumkan dalam UU No. 12 Tahun 1967 dan UU No. 25 Tahun 1992. Prinsip koperasi di Indonesia kurang lebih sama dengan prinsip yang diakui dunia internasional dengan adanya sedikit perbedaan, yaitu adanya penjelasan mengenai SHU (Sisa Hasil Usaha).

Tujuan Koperasi

Tujuan utama koperasi adalah mewujudkan masyarakat adil makmur material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang – Undang Dasar 1945. Dalam BAB II Pasal 3 Undang – undang RI No. 25 Tahun 1992, menyatakan bahwa koperasi bertujuan untuk “Memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang – undang Dasar 1945”.

Menurut Bung Hatta, tujuan koperasi bukanlah mencari laba yang sebesar-besarnya, melainkan melayani kebutuhan bersama dan wadah partisipasi pelaku ekonomi skala kecil.

Prinsip-prinsip Koperasi

- 1) keanggotaan Sukarela dan Terbuka
- 2) Pengendalian oleh Anggota Secara demokratis
- 3) Partisipasi Ekonomi Anggota
- 4) Otonomi Dan Kebebasan
- 5) Pendidikan, Pelatihan, dan Informasi
- 6) Kerjasama diantara Koperasi
- 7) Kepedulian Terhadap Komunitas

Citra

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai objek suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak sukai dari objek tersebut.

Citra menurut Philip Kotler (2012:296) terdiri dari 3 hal yaitu :

- 1) Menyampaikan suatu pesan tunggal yang memantapkan karakter produk dan usulan nilai.

- 2) Menyampaikan pesan ini dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari pesaing.
- 3) Mengirimkan kekuatan emosional sehingga dapat membangkitkan hati maupun pikiran pembeli

Pembentukan Citra

Menurut Philip Kotler (2012:296) citra pada dasarnya adalah persepsi konsumen yang dalam pembentukannya dipengaruhi oleh tiga faktor :

- 1) Kecenderungan-kecenderungan yang ada pada diri individu
- 2) Unsur-unsur yang terdapat pada bauran promosi
- 3) Situasi pada saat mengetahui, mendengar, melihat, memperhatikan dan memahami pengaruh tersebut.

Menurut Schiffman sebagaimana dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2010:158), proses pembentukan citra dalam benak konsumen adalah :

- 1) Konsumen mengetahui dan menyeleksi informasi mengenai suatu objek. Proses ini dikenal dengan istilah stimulasi. Penyeleksian stimulasi tergantung pada pengalaman konsumen yang mempengaruhi harapan mereka dan motivasi sesuai kebutuhan itu berupa kebutuhan, keinginan dan minat dasar.
- 2) Setelah menyeleksi, konsumen mengatur persepsi mereka yang dipengaruhi harapan dan motivasi mereka. Pada tahap ini konsumen mengelompokkan dan menarik kesimpulan, sehingga stimulasi yang mereka terima menjadi bentuk utuh yang dapat dipahami dan mudah diingat.
- 3) Pada tahap berikutnya, konsumen menginterpretasikan persepsi. Kedekatan interpretasi mereka dengan kenyataan tergantung pada kejelasan stimulasi yang diterima, pengalaman masa lalu dan motivasi dasar pada saat ini.

Loyalitas

Konsumen yang memperoleh kepuasan dalam kualitas pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Jika pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan dapat memenuhi harapannya maka akan menimbulkan kepuasan (satisfaction) yang akan mendorong konsumen untuk melaksanakan pembelian ulang (repeat buying), dalam hal ini akan membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tetapi bila pelayanan kurang atau tidak dapat memenuhi harapannya maka konsumen akan berpindah ke pesaing perusahaan yang lebih baik.

Menurut Griffin (2005:4) definisi loyalitas adalah : *“Loyalty is defined as non random purchase expressed by some decision making unit.”* Berdasarkan definisi tersebut loyalitas merupakan perilaku yang cenderung tetap dalam melaksanakan keputusan pembeli, dimana putusan pembeli tersebut mengesampingkan faktor-faktor lain yang berpengaruh.

Unsur dan Karakteristik Loyalitas Konsumen

Loyalitas pelayanan merupakan perilaku konsumen yang dengan pasti melakukan pembelian apa dan kepada siapa saja. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang ditandai dengan : (Griffin Jill, 2015:31);

- 1) *Repeat buyer* (kualitas pelanggan melakukan pembelian).

- 2) *Purchase a Cross Product and service Line* (pembelian ulang pada lini produk dan pelayanan yang lain).
- 3) *Provide Customer Refersal* (konsumen yang memberikan keterangan atau referensi produk atau jasa).
- 4) *Demonstrate immunity to the Full of the Competition* (menunjukkan kebutuhan dan penarikan atau tawaran pesaing).

Peningkatan Loyalitas Konsumen

Perusahaan harus memahami bahwa untuk membentuk loyalitas konsumen harus melalui beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama, dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap, karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda.

Memelihara Loyalitas Konsumen

Untuk memelihara dan mempertahankan loyalitas konsumen, menurut Tjiptono (2012:117) dibutuhkan upaya-upaya yang serius meliputi hal-hal sebagai berikut :

- 1) Komitmen dan keterlibatan manajemen puncak.
- 2) Penetapan patok duga internal.
- 3) Mengidentifikasi customer requirements.
- 4) Menilai kapabilitas kompetitor.
- 5) Mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen
- 6) Menganalisis umpan balik dari konsumen, mantan
- 7) *Continuous improvement*.

Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas

Citra akan terbentuk setelah berjalannya aktivitas dari koperasi dan setelah aktivitasnya dapat dinikmati oleh anggota maka secara alami citra akan terbentuk dengan sendirinya. Sepuluh prinsip pokok loyalitas pelanggan yang sudah dijelaskan diatas jika dikaitkan dengan koperasi maka loyalitas akan terbentuk jika koperasi tersebut memberikan manfaat bagi anggotanya. Koperasi memberikan manfaat kepada anggota maka citranya akan baik, dengan adanya citra yang baik bagi koperasi maka anggota akan loyal. Maka koperasi akan berkembang dan dapat memenuhi kebutuhan para anggota sehingga anggota dapat meningkatkan perekonomiannya.

METODELOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian.

Untuk memperoleh data mengadakan penelitian di Koperasi Syariah Bmt Itqan Kantor Pusat berkedudukan Jl. Padasuka Atas No.160, Pasirlayung, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40192, penelitian ini dilakukan mulai Oktober sampai dengan Desember 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 230 orang sedangkan penggunaan sampel dengan menggunakan metode acak, Burhan (2005:115) dengan perhitungan rumus sloving menjadi 40 orang.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain. Dengan demikian maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey.

Teknik Analisis Data

Penulis membagikan kuesioner yang diberikan merupakan angket terstruktur atau tertutup. Menurut Sugiyono (2012:122) digunakan skala Likaert (*Likert Type Items*).

Pengujian Instrumen Penelitian

Tujuan dari pengujian instrumen penelitian yaitu kuesioner adalah untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dari alat ukur tersebut dapat menjamin mutu dari penelitian sehingga kesimpulan-kesimpulan ataupun alasan-alasan yang dikemukakan terhadap hubungan-hubungan antar variabel dapat dipercaya, akurat dan dapat diandalkan sehingga hasil penelitian bisa diterima.

Pengujian Validitas

Untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner digunakan metode koefisien *product pearson* yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item (X) dengan rumus. Kemudian nilai korelasi yang dihasilkan dari perhitungan, dibandingkan dengan nilai r kritis, nilai r kritis diambil biasanya antara 0,30-0,40 (Sugiyono, 2012 : 14). Nilai korelasi *product moment pearson* dibandingkan dengan r kritis, jika nilai koefisien korelasinya skor item dengan skor total lebih besar dari 0,30 maka item-item tersebut dapat dinyatakan valid.

Pengujian Reliabilitas

Metode perhitungan reliabilitas atas kuesioner yang dilakukan adalah dengan cara memberikan suatu pengujian pada sejumlah objek dan kemudian hasil pengujian tersebut dibagi menjadi dua sama besar, dengan cara membagi berdasarkan item-item yang bernomor ganjil dan genap. Hasil perhitungan Spearman Brown dibandingkan dengan nilai r kritis dengan $\alpha = 0,05$ dan n 40 adalah 0,304. Jika nilai koefisien korelasinya lebih besar dari 0,304 maka item-item tersebut dinyatakan reliabel.

Teknik Analisis data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif dan verifikatif, Korelasi *Product Moment*, regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel X dan variabel Y yang didasarkan atas aturan sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$ ada pengaruh citra terhadap loyalitas anggota.

$H_1 : \rho > 0$ tidak ada pengaruh citra terhadap loyalitas anggota.

Kemudian untuk pengujian hipotesis tersebut maka dilakukan tes signifikan statistik uji korelasi dengan $\alpha = 0,05 = 5\%$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Uji Instrumen Penelitian****Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Citra Koperasi**

Perhitungan koefisien validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data yang terkumpul dari 40 orang anggota kopeasi untuk variabel X. Berikut ini disajikan tabel validitas dari masing-masing variabel citra koperasi (X). Dapat dilihat semua item valid dan reliabel sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 2
Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Koperasi (Variabel X)

No Pernyataan	r hitung	Kesimpulan
1	0,553	Valid
2	0,508	Valid
3	0,637	Valid
4	0,433	Valid
5	0,316	Valid
6	0,575	Valid
7	0,367	Valid
8	0,465	Valid
Reliabilitas	0,779	Reliabel

Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Variabel Loyalitas Anggota

Perhitungan koefisien validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data yang terkumpul dari 40 orang anggota untuk variabel Loyalitas Anggota (Y). Berikut ini disajikan tabel validitas dari masing-masing variabel Y. Dapat dilihat semua item valid dan reliabel sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 3
Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Anggota (Variabel Y)

No Pernyataan	r hitung	Kesimpulan
1	0,601	Valid
2	0,377	Valid
3	0,763	Valid
4	0,546	Valid
5	0,333	Valid
6	0,558	Valid
Reliabilitas	0,780	Reliabel

Pembahasan**Tanggapan Responden Tentang Citra Koperasi**

Citra koperasi merupakan variabel X. Variabel X ini terdiri dari 8 pertanyaan. Selanjutnya akan dibahas per sub variabel pada tabel 4.3 Skor pernyataan 1 tentang : petugas Koperasi Syariah Bmt Itqan melayani dengan baik, mencapai skor sebesar 160. Dengan nilai rata-rata sebesar 4 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 24 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 8 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 4
Petugas Koperasi Melayani Dengan Baik

Jawaban P 1	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	8	40
Setuju	4	24	96
Cukup	3	8	24
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	160
Skor rata-rata			4

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 4 Skor pernyataan 2 tentang : petugas Koperasi Syariah Bmt Itqan pelayanannya memberikan dampak terhadap citra yang positif/baik, mencapai skor sebesar 164. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,1 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 3 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 5
Petugas Koperasi Pelayanannya Memberikan Dampak

Jawaban P 2	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	7	35
Setuju	4	30	120
Cukup	3	3	9
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	164
Skor rata-rata			4,1

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 5 Skor pernyataan 3 tentang : Petugas Memberikan Solusi yang Tepat sehingga tercapai apa yang diinginkan anggota, mencapai skor sebesar 157. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,925 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 11 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 6
Petugas Memberikan Solusi Yang Tepat

Jawaban P 3	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	8	40
Setuju	4	21	84
Cukup	3	11	33
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	157
Skor rata-rata			3,925

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 6 Skor pernyataan 4 tentang : petugas memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota, tidak ada yang diistimewakan, mencapai skor sebesar 163. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,075 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 6 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 7
Petugas Memberikan Kesempatan Yang Sama

Jawaban P 4	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	9	45
Setuju	4	25	100
Cukup	3	6	18
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	163
Skor rata-rata			4,075

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 7 Skor pernyataan 5 tentang : terjalin hubungan yang baik antara petugas dengan anggota setelah terjadi transaksi yang memberikan pelayanan yang memuaskan, mencapai skor sebesar 159. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,975 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 3 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 8
Terjalin Hubungan Yang Baik

Jawaban P 5	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	2	10
Setuju	4	35	140
Cukup	3	3	9
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	159
Skor rata-rata			3,975

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 8 Skor pernyataan 6 tentang : dampak dari pelayanan petugas membuat citra koperasi menjadi positif, mencapai skor sebesar 163. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,075 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 3 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 9
Dampak Dari Pelayanan Petugas

Jawaban P 6	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	12	60
Setuju	4	19	76
Cukup	3	9	27
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	163
Skor rata-rata			4,075

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 9 Skor pernyataan 7 tentang : keberadaan Koperasi Syariah Bmt Itqan sangat membantu dalam menumbuh kembangkan perekonomian usaha keluarga, mencapai skor sebesar 165. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,125 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 29 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 3 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 10
Keberadaan Koperasi Syariah Bmt Itqan

Jawaban P 7	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	8	40
Setuju	4	29	116
Cukup	3	3	9
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	165
Skor rata-rata			4,125

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 10 Skor pernyataan 8 tentang : citra Koperasi Syariah Bmt Itqan dimata anggota dalam penilaian positif, mencapai skor sebesar 162. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 28 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 5 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 11
Citra Koperasi Syariah Bmt Itqan

Jawaban P 8	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	7	35
Setuju	4	28	112
Cukup	3	5	15
Kurang	2	0	0
Setuju			
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	162
Skor rata-rata			4,05

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 11 Skor pernyataan secara total tentang : citra koperasi, mencapai skor sebesar 1293. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 61 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 211 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 48 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju. Sehingga dari delapan pertanyaan menghasilkan skor sebesar 1293 dengan interpretasi baik dan skor rata-rata sebesar 4,040 juga interpretasinya baik.

Tabel 12
Secara Total Tanggapan Citra Koperasi

Jawaban Total	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	61	305
Setuju	4	211	844
Cukup	3	48	144
Kurang	2	0	0
Setuju			
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		320	1293
Skor rata-rata			4,040

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Anggota

Tabel 13 Skor pernyataan 1 tentang : lokasi Koperasi Syariah Bmt Itqan sesuai dengan aktivitas perjalanan, mencapai skor sebesar 165. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,125 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 6 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 13
Lokasi Koperasi

Jawaban P1	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	11	55
Setuju	4	23	92
Cukup	3	6	18
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	165
Skor rata-rata			4,125

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 14 Skor pernyataan 2 tentang : prosedur pengajuan untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah Bmt Itqan, mencapai skor sebesar 162. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 6 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 14
Prosedur Pengajuan

Jawaban P2	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	8	40
Setuju	4	26	104
Cukup	3	6	18
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	162
Skor rata-rata			4,05

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 15 Skor pernyataan 3 tentang : mendapatkan pelayanan yang cepat ketika hadir dan untuk memenuhi kebutuhan mengatasi persoalan yang dihadapi, mencapai skor sebesar 163. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,075 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 15 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 11 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 15
Pelayanan Yang Cepat

Jawaban P3	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	14	70
Setuju	4	15	60
Cukup	3	11	33
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	163
Skor rata-rata			4,075

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 16 Skor pernyataan 4 tentang : sering memanfaatkan fasilitas yang tersedia di Koperasi Syariah Bmt Itqan, mencapai skor sebesar 162. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 6 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 16
Memanfaatkan Fasilitas Yang Tersedia

Jawaban P4	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	8	40
Setuju	4	26	104
Cukup	3	6	18
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	162
Skor rata-rata			4,05

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 17 Skor pernyataan 5 tentang : hanya menggunakan Fasilitas Koperasi Syariah Bmt Itqan, mencapai skor sebesar 159. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,975 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 4 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 17
Menggunakan Fasilitas Koperasi

Jawaban P5	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	3	15
Setuju	4	33	132
Cukup	3	4	12
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	159
Skor rata-rata			3,975

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 18 Skor pernyataan 6 tentang : paham dengan keunggulan Koperasi Syariah Bmt Itqan, mencapai skor sebesar 163. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,075 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 7 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 18
Keunggulan Koperasi

Jawaban P6	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	10	50
Setuju	4	23	92
Cukup	3	7	21
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		40	163
Skor rata-rata			4,075

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Tabel 19 Skor pernyataan secara total tentang loyalitas anggota: petugas Koperasi Syariah Bmt Itqan melayani dengan baik, mencapai skor sebesar 974. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 146 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 40 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Tabel 19
Secara Total Tanggapan Loyalitas Anggota

Jawaban Total	Bobot	Frekuensi	Skor
Sangat Setuju	5	54	270
Setuju	4	146	584
Cukup	3	40	120
Kurang Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		240	974
Skor rata-rata			4,05

Sumber: Hasil Pengelolaan Data

Pengaruh Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota maka penulis melakukan analisis berikut :

Korelasi *Product Moment*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Untuk mengetahui lebih jelas kekuatan hubungan antara citra koperasi dengan loyalitas anggota, maka digunakan persamaan *pearson correlation* sebagai berikut :

Tabel 20

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.919 ^a	.844	.840	1.17703

a. Predictors: (Constant), X

Dengan bantuan SPSS diperoleh nilai sebesar $r = 0,919$. Hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) menunjukkan hasil sebesar 0.919, sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel citra koperasi dengan loyalitas anggota mempunyai hubungan yang sangat kuat. Nilai $r_{xy} > 0$, artinya terjadi hubungan yang positif, berarti semakin baik citra koperasi yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota.

Tabel 21
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	284.130	1	284.130	205.089	.000 ^b
1 Residual	52.645	38	1.385		
Total	336.775	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini dimaksudkan untuk memprediksi apabila citra koperasi ditingkatkan, maka loyalitas anggota akan berubah semakin tinggi, maka digunakan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = a + b X$

Tabel 22
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	7.116	1.770		4.020	.000
1 X	1.035	.072	.919	14.321	.000

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi linier sederhana antara citra dengan loyalitas anggota adalah : $Y = 7,116 + 1,035 X$

Tanda positif pada b di atas menunjukkan bahwa citra koperasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas anggota, yang berarti apabila koperasi mempunyai citra yang positif dimata anggota maka loyalitas anggota akan tinggi sehingga anggota akan berpartisipasi secara optimal, sehingga koperasi akan sukses.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana didapatkan p value signifikan $< 0,05$ yaitu 0.00. Berarti ada pengaruh yang signifikan dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

Analisis Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi dengan SPSS dengan R square , hasilnya 0,844 diketahui bahwa : Loyalitas anggota dipengaruhi oleh Citra koperasi sebesar 84,4 %, sedangkan sisanya sebesar 15,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar Citra koperasi. Dengan demikian citra koperasi dimata anggota koperasi mempunyai pengaruh cukup berarti terhadap loyalitas anggota koperasi.

Pengujian Hipotesis

Pengujian yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini ialah uji satu arah dengan dengan $\alpha = 0,05$ atau tingkat signifikansi (5%), dengan $dk = (n-2) = (40-2) = 38$, maka nilai t tabel yang diperoleh adalah $(\alpha = 0,05) = 1,684$ Sedangkan untuk t_{hitung} dapat dihitung dengan SPSS menghasilkan nilai sebesar 4,020. Nilai t_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} di atas, sebagai berikut : $t_{hitung} (4,020) > t_{tabel} (1.684)$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Hipotesis nol ditolak, yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

KESIMPULAN

Tanggapan Responden Tentang Citra Koperasi

Skor pernyataan secara total tentang : citra koperasi, mencapai skor sebesar 1293. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 61 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 211 orang, yang menyatakan

cukup sebanyak 48 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju. Sehingga dari delapan pertanyaan menghasilkan skor sebesar 1293 dengan interpretasi baik dan skor rata-rata sebesar 4,040 juga interpretasinya baik.

Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Anggota

Skor pernyataan secara total tentang loyalitas anggota: petugas Koperasi Syariah Bmt Itqan melayani dengan baik, mencapai skor sebesar 974. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori baik. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 orang dan yang menyatakan setuju sebanyak 146 orang, yang menyatakan cukup sebanyak 40 orang tidak ada yang menyatakan kurang setuju.

Besarnya Pengaruh Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Syariah Bmt Itqan.

Dengan bantuan SPSS diperoleh nilai sebesar $r = 0,919$. Hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) menunjukkan hasil sebesar 0.919, sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel citra koperasi dengan loyalitas anggota mempunyai hubungan yang sangat kuat. Nilai $r_{xy} > 0$, artinya terjadi hubungan yang positif, berarti semakin baik citra koperasi yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota.

Persamaan regresi linier sederhana antara citra dengan loyalitas anggota adalah : $Y = 7,116 + 1,035 X$

Tanda positif pada b di atas menunjukkan bahwa citra koperasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas anggota, yang berarti apabila koperasi mempunyai citra yang positif dimata anggota maka loyalitas anggota akan tinggi sehingga anggota akan berpartisipasi secara optimal, sehingga koperasi akan sukses.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana didapatkan ρ value signifikan $< 0,05$ yaitu 0.00. Berarti ada pengaruh yang signifikan dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa : Loyalitas anggota dipengaruhi oleh Citra koperasi sebesar 84,4 %, sedangkan sisanya sebesar 15,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar Citra koperasi. Dengan demikian citra koperasi dimata anggota koperasi mempunyai pengaruh cukup berarti terhadap loyalitas anggota koperasi. Untuk t_{hitung} dapat dihitung dengan SPSS menghasilkan nilai sebesar 4,020. Nilai t_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} di atas, sebagai berikut : $t_{hitung} (4,020) > t_{tabel} (1.684)$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Hipotesis nol ditolak, yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan dari citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

SARAN

Koperasi Syariah Bmt Itqan umurnya masih relatif pendek, oleh karena itu masih banyak , hal-hal yang harus dibenahi. Masalah citra ada kaitannya dengan partisipasi anggota. Jika citra sudah dianggap positif maka partisipasi anggota selayaknya akan meningkat. Meningkatkan partisipasi anggota melalui simpan pinjam yang seimbang. Jangan hanya meminjam dan tidak menyimpan atau hanya menyimpan tetapi tidak meminjam. Hidupnya koperasi melalui partisipasi anggota yang terus meningkat, sehingga tujuannya akan tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Supangat (2007) Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Burgin, Burhan, 2005, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Lainnya) Ed.1.cet1.1. Prenada Media. Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2010, Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Terjemahan Benyamin Molan. PT Indeks
- Robert W. Bly 2010. Direct Marketing. Alihbahasa Sugeng Haryanto. Prenada Jakarta.
- Ropce. Jochen. 2010. Ekonomi Koperasi. Alihbahasa Sri Jatnika. Jakarta Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Alfabeta. Bandung.

