

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEANERAGAMAN PRODUK SIMPAN PINJAM TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA KOPERASI BHAYANGKARA

Adam Indrasto¹, Ema Nurzainul Hakimah².

Universitas Nisantara PGRI, Jl. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri Jawa Timur

[1adamindrasto1@gmail.com](mailto:adamindrasto1@gmail.com) [2emahakimah@unpkediri.ac.id](mailto:emahakimah@unpkediri.ac.id)

Abstract

The free market is an opportunity as well as a threat faced by Indonesia, as a country that implements Pancasila democracy. Indonesia has sovereignty in regulating the domestic economy and can be a solution to the negative impact of the free market of cooperatives, in fact cooperatives experience slowness in their business growth. This study aims to determine the effect of service quality and product diversity on the decision to become a member of the Bhayangkara cooperative. This study uses descriptive quantitative methods and uses simple linear regression analysis techniques to test the quality of service and product diversity of savings and loan cooperatives towards the decision to become members of the Bhayangkara cooperative, Kediri Regency with a random sampling of 40 respondents. SPSS v.23 software for windows is used to help process data to test the effect partially or simultaneously. The results of this study indicate that partially or simultaneously service quality and product diversity have a significant effect on the decision to become a member of a cooperative.

Keywords: service quality, product diversity, decision to become a member.

Abstrak

Pasar bebas adalah suatu peluang sekaligus ancaman yang dihadapi oleh Indonesia, sebagai negara yang menerapkan demokrasi Pancasila. Indonesia memiliki kedaulatan dalam mengatur ekonomi dalam negeri dan dapat menjadi solusi dari dampak negatif pasar bebas koperasi, pada kenyataannya koperasi mengalami kelambatan dalam pertumbuhan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk terhadap keputusan menjadi anggota koperasi Bhayangkara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk menguji kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk koperasi simpan pinjam terhadap keputusan menjadi anggota koperasi Bhayangkara Kabupaten Kediri dengan random sampling sejumlah 40 responden. Software SPSS v.23 for windows digunakan untuk membantu mengolah data menguji pengaruh secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota koperasi.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, keanekaragaman produk, keputusan menjadi anggota.

PENDAHULUAN

Pasar bebas merupakan sebuah peluang sekaligus ancaman yang sedang dihadapi oleh Indonesia. Sebagai negara yang menerapkan demokrasi Pancasila, Indonesia memiliki kedaulatan dalam mengatur ekonomi dalam negeri dan dapat menjadi solusi dari dampak negative pasar bebas yaitu koperasi, namun pada kenyataannya koperasi juga mengalami kelambatan dalam pertumbuhan usahanya. Pada awal Indonesia merdeka, perekonomian hanya 1,5% hingga sampai akhir tahun 2014, kontribusi koperasi saat itu hanya 1,7% atau sekitar 187 triliun dari Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 10.377 triliun(1).

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Kesejahteraan anggota sesuai dengan tujuan koperasi selalu diusahakan dengan berbagai cara agar dapat bersaing dan mempertahankan koperasi di tengah adanya pasar bebas yang kini semakin berkembang begitu pesat. Oleh karena itu, terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan yang penting bagi pertumbuhan koperasi di Indonesia. Koperasi juga harus bersaing dengan adanya lembaga keuangan yang banyak berdiri, untuk dapat berkompetisi survive dalam usaha menjalankan koperasi harus didukung dengan sumberdaya yang kuat.

Salah satu sumberdaya yang menjadi kekuatan koperasi adalah besarnya jumlah anggota. Anggota sebagai nasabah dianggap keluarga, agar dapat memiliki anggota yang loyal dan dapat bersaing dengan kompetensi untuk koperasi harus melakukan beberapa strategi diantaranya pelayanan yang berkualitas (*exellent service*). Setiap usaha jasa memiliki berbagai bentuk pelayanan yang berbeda beda antara satu dengan yang lainnya. Pelaku usaha berusaha memberikan pelayanan dan loyalitas terhadap produk untuk menciptakan sebuah keputusan(2).

Keputusan menjadi anggota adalah proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli(3). Agar bisa bersaing dengan perusahaan yang lain, baik perusahaan yang sudah berdiri lama maupun perusahaan yang baru. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam memenuhi harapan pelanggan(4). Perusahaan penyedia layanan akan bernilai tinggi apabila memberikan kualitas terbaik, manfaat yang tepat, serta minim pengorbanan. Keanekaragaman produk merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau badan usaha yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya, hal ini dikarenakan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk keberlangsungan dan keberhasilan usaha.

Adanya persaingan yang ketat dalam perkembangan dunia usaha sekarang ini menyebabkan kalangan usaha saling berlomba agar dapat bersaing dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Sehingga mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan kunci terpenting agar dapat memenangkan persaingan. Walaupun yang awal mulanya koperasi sampai mengurangi rentenir. Dengan berdasarkan prinsip koperasi dan asas kekeluargaan saat ini, yang didirikan dikelola dan dikembangkan oleh anggota itu sendiri. Melalui tabungan-tabungan para anggota secara teratur dan terus-menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota. Dengan cara mudah, murah, cepat, dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan anggota. Koperasi Bhayangkara adalah koperasi yang bergerak dalam bidang simpan pinjam. Koperasi ini beranggotakan 83 anggota. Faktor utama dari berjalannya suatu koperasi yaitu memiliki anggota yang banyak dan mampu menarik seseorang untuk menjadi anggota dalam koperasi tersebut. Salah satu penyebab jatuhnya koperasi yaitu persaingan yang ketat dalam lembaga keuangan yang lain. Sehingga dari adanya persaingan yang semakin ketat ini mengharuskan Koperasi Simpan Pinjam Bhayangkara menjaga eksistensinya, mempertahankan usahanya dan dapat bersaing demi menjaga kelangsungan hidup koperasi serta dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Koperasi Simpan Pinjam Bhayangkara Kabupaten Kediri harus mampu memberikan nilai yang lebih baik demi menyenangkan hati masyarakat serta memperhatikan pangsa pasarnya dengan prioritas mempertahankan anggota yang telah ada yang menjadi ukuran dalam keberhasilan sebuah koperasi. Bukanlah ditentukan dari besarnya SHU akan tetapi diukur dari banyaknya anggota yang memperoleh pelayanan dari koperasi dan terdapat seberapa besar harapan mengenai pelayanan maupun keanekaragaman produk. Dalam hal ini diperoleh loyalitas anggota dalam Koperasi Simpan Pinjam Bhayangkara ini sangat penting untuk diperhatikan agar terciptanya keberhasilan dalam melaksanakan usahanya. Dalam koperasi simpan pinjam Bhayangkara kabupaten Kediri mengenai pelayanan yang diberikan masih standar, masih adanya keanekaragaman terhadap produk layanan kepada pelanggan, dan keputusan untuk menjadi anggota. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti Koperasi Bayangkara, karena ingin membantu kesuksesan koperasi dengan memiliki anggota yang banyak dan sekaligus mengetahui alasan antara dari seseorang enggan menjadi anggota atau yang sudah bergabung menjadi anggota Koperasi Bayangkara.

METODE

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (5). Penelitian kuantitatif digunakan untuk memahami individu lebih mendalam dengan dipraktikkan secara *integrative* dan komprehensif. Hal ini dilakukan supaya peneliti bisa mengumpulkan data dan mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai individu yang diteliti. Informan dalam penelitian ini dari data yang didapat dari perusahaan. Sumber data penelitian yang digunakan adalah pemilik dan pegawai serta nasabah yang ada pada Koperasi Simpan Pinjam Bhayangkara.

Pengembangan Instrument dalam penelitian ini adalah data asli sesuai kebutuhan dalam pengumpulan data kuesioner angket, setiap variabel berbentuk kisi-kisi dalam kuesioner penelitian. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1) dan keanekaragaman produk (X2), sedangkan variabel terikat yaitu keputusan menjadi anggota (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam Bhayangkara diantaranya sebagai berikut.

Tabel 1. Kisi-kisi Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Kuesioner
Keputusan Menjadi Anggota (Y)	Bukti fisik	2
	Keandalan	2
	Daya tanggap	2
	Kemampuan memahami pelanggan	2
	Kompetensi	2

	Akses	2	20
	Kesopanan	2	
	Jujur	2	
	Keamanan	2	
	Komunikasi	2	
Kualitas Pelayanan (X1)	Fitur	2	
	Penyesuaian	2	
	Kualitas kinerja	2	
	Kualitas kesesuaian	2	12
	Keandalan	2	
Keanekaragaman Produk (X2)	Kemudahan perbaikan	2	
	Stabilitas	2	
	Kebiasaan	2	
	Memberi nasihat kepada orang lain	2	8
	Pembelian berulang	2	
Total			40

Sumber: Peneliti, 2021.

Setelah kisi-kisi diatas dilakukan pengukuran data dengan menghubungkan konsep realitas berdasarkan teoritis skala likert. Kuesioner merupakan metode yang digunakan sebagai pengumpulan data atau informasi yang digunakan untuk memperoleh wujudnya, dalam penelitian ini menggunakan kategori sebagai berikut:

Tabel 2. Skor Skala Likert

No.	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Nasehudin and Gozali

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur pendapat seseorang yang dijabarkan menjadi indikator variabel selanjutnya dan dijadikan titik tolak ukur untuk menyusun item pertanyaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data Variabel

Penelitian ini identitas responden diidentifikasi berdasarkan faktor demografi yang meliputi : jenis kelamin dan pekerjaan. Dari 40 kuesioner yang di sebar kepada responden, maka diperoleh gambaran dari responden sebagai berikut:

Tabel 3. Data Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	52.5	52.5	52.5
	Perempuan	19	47.5	47.5	100.0
Total		40	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas terlihat bahwa sebanyak 21 orang responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 52%. Selanjutnya data menunjukkan sebanyak 19 orang responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 47,5%. Adapun profil responden jika berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Data Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	26	65.0	65.0	65.0
	Petani	3	7.5	7.5	72.5
	Pelajar/Mahasiswa	11	27.5	27.5	100.0
Total		40	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa responden teratas adalah karyawan swasta (65%). Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan karyawan swasta sebagai konsumen lebih potensial.

Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi responden yang digunakan 40 responden dengan pertanyaan tentang kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk terhadap keputusan menjadi anggota. Dari data kuesioner dapat dilihat deskripsi tanggapan responden yang dihitung sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Item	1		2		3		4		5		Total	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	X1.1	0	0	2	5.0	12	30.0	22	55.0	4	10.0	40	100
2	X1.2	0	0	4	10.0	11	27.5	19	47.5	6	15.0	40	100
3	X1.3	0	0	5	12.5	9	22.5	16	40.0	10	25.0	40	100
4	X1.4	0	0	4	10.0	11	27.5	12	30.0	13	32.5	40	100
5	X1.5	0	0	1	2.5	7	17.5	14	35.5	18	45.0	40	100
6	X1.6	0	0	2	5.0	12	30.0	22	55.0	4	10.0	40	100
7	X1.7	0	0	4	10.0	11	27.5	19	47.5	6	15.0	40	100
8	X1.8	0	0	5	12.5	9	22.5	16	40.0	10	25.0	40	100
9	X1.9	0	0	4	10.0	11	27.5	12	30.0	13	32.5	40	100
10	X1.10	0	0	1	2.5	7	17.5	14	35.0	18	45.0	40	100
11	X1.11	0	0	1	2.5	7	17.5	15	37.5	17	42.5	40	100
12	X1.12	0	0	2	5.0	6	15.0	16	40.0	16	40.0	40	100
13	X1.13	0	0	2	5.0	6	15.0	21	52.5	11	27.5	40	100
14	X1.14	1	2.5	2	5.0	11	27.5	20	50.0	6	15.0	40	100
15	X1.15	0	0	4	10.0	10	25.5	22	55.0	4	10.0	40	100
16	X1.16	0	0	0	0	9	22.5	20	50.0	11	27.5	40	100
17	X1.17	0	0	2	5.0	10	25.0	18	45.0	10	25.0	40	100
18	X1.18	0	0	4	10.0	10	25.0	15	37.5	11	27.5	40	100
19	X1.19	0	0	0	0	11	27.5	23	57.5	6	15.5	40	100
20	X1.20	0	0	2	5.0	12	30.0	20	50.0	6	15.0	40	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Tabel 6. Distribusi Variabel Keanekaragaman produk (X₂)

No	Item	1		2		3		4		5		Total	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	X2.1	0	0	3	7.5	2	5.0	27	67.5	8	20.0	40	100
2	X2.2	0	0	3	7.5	3	7.5	26	65.5	8	20.0	40	100
3	X2.3	1	2.5	1	2.5	6	15.5	18	45.0	14	35.0	40	100
4	X2.4	0	0	3	7.5	8	20.0	15	37.5	14	35.0	40	100

5	X2.5	0	0	0	0	9	22.5	20	50.0	11	27.5	40	100
6	X2.6	0	0	2	5.0	10	25.0	18	45.0	10	25.0	40	100
7	X2.7	0	0	4	10.0	10	25.0	15	37.5	11	27.5	40	100
8	X2.8	0	0	0	0	11	27.5	23	57.5	6	16.0	40	100
9	X2.9	0	0	2	5.0	12	30.0	20	50.0	6	15.0	40	100
10	X2.10	0	0	5	12.5	14	35.0	13	32.5	8	20.0	40	100
11	X2.11	0	0	0	0	12	30.0	19	47.5	9	22.5	40	100
12	X2.12	0	0	3	7.5	14	35.0	14	35.0	9	22.5	40	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menjadi Anggota (Y)

No	Item	1		2		3		4		5		Total	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Y.1	0	0	0	0	9	22.5	20	50.0	11	27.5	40	100
2	Y.2	0	0	2	5.0	10	25.0	18	45.0	10	25.0	40	100
3	Y.3	0	0	4	10.0	10	25.0	15	37.5	11	27.5	40	100
4	Y.4	0	0	0	0	11	27.5	23	57.5	6	15.0	40	100
5	Y.5	0	0	2	5.0	12	30.0	20	50.0	6	15.0	40	100
6	Y.6	0	0	5	12.5	14	35.0	13	32.5	8	20.0	40	100
7	Y.7	0	0	0	0	12	30.0	19	47.5	9	22.5	40	100
8	Y.8	0	0	3	7.5	14	35.0	14	35.0	9	22.5	40	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis berpengaruh secara parsial hal ini terlihat bahwa taraf signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka telah membuktikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota berpengaruh signifikan.

Penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan penelitian yang dilakukan oleh (6), dengan judul Pengaruh Diskon, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan hasil berpengaruh positif kualitas pelayanan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Pengaruh Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis berpengaruh secara parsial hal ini terlihat bahwa taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka telah membuktikan antara keanekaragaman produk terhadap keputusan menjadi anggota berpengaruh signifikan. Penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (7), berjudul Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora. Karena dalam suasana toko dan keanekaragaman produk merupakan variabel yang mempengaruhi penilaian konsumen ketika melakukan pembelian. Kedua variabel bebas ini perlu dipertahankan dan dikembangkan dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penilaian konsumen dan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk terhadap keputusan menjadi anggota. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi hasil sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini terdapat kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk berpengaruh signifikan secara simultan.

Merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data statistik menggunakan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Secara simultan suasana kafe, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Brownice Beverage and Pastry. Secara parsial

suasana kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Brownice Beverage and Pastry. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Brownice Beverage and Pastry. Secara parsial keanekaragaman produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di Brownice Beverage and Pastry. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis berpengaruh secara parsial hal ini terlihat bahwa taraf signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka telah membuktikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota berpengaruh signifikan.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan di Koperasi Bhayangkara Kabupaten Kediri berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota. Keanekaragaman produk di Koperasi Bhayangkara Kabupaten Kediri berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menjadi anggota. Kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk di Koperasi Bhayangkara Kabupaten Kediri berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Himawan A. Koperasi di Indonesia Alami Kemunduran Secara Konseptual. suara.com. 2016.
- [2] Hutagalung YM, Waluyo HD. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). Ilmu Adm Bisnis. 2020;9(3).
- [3] Kotler P, Keller KL. Manajemen Pemasaran. 13 Jilid 2. Sabran B, editor. Jakarta: Erlangga; 2012.
- [4] Tjiptono F. Service, Quality & Satisfaction. 4th ed. Yogyakarta: Andi; 2016.
- [5] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&N. Bandung: Alfabeta; 2017.
- [6] Novirsari E. Pengaruh Diskon, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Himalaya Drug Company. Ilm Abdi Ilmu. 2019;12(2).
- [7] Agustina L. PENGARUH SUASANA TOKO DAN KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOSERBA MAYA DI KEC. RANDUBLATUNG KAB. BLOR. Pendidik Tata Niaga. 2017;01:39–43.
- [8] Isrok, Gunawan YM, Immawati SA. PENGARUH PROMOSI , CITRA KOPERASI , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM. Manaj Bisnis. 10(2):229–37.