

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP PELAYANAN PADA
KOPERASI GARDU TANI DI DESA KETAPANG, KECAMATAN SUSUKAN,
KABUPATEN SEMARANG**

(Analysis of Satisfaction of Cooperative Member to "Gardu Tani" Cooperative Service in Al-Barokah Farmers Association, Ketapang Village, Susukan District, Semarang Regency)

Bunga Anadesta Hanri Putri, Bambang Trisetyo Eddy, Tutik Dalmiyatun

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

Kampus drh. R. Soejono Koesoemowardojo Tembalang Semarang

Email : bungaanadesta_hanriputri@yahoo.com

Diterima 06 Februari 2018, disetujui 17 April 2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan Koperasi Gardu Tani di Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September - Oktober 2017 di Paguyuban Al-Barokah. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah survai. Penentuan lokasi penelitian secara *purposive*, pemilihan responden dilakukan secara acak (*Simple Random Sampling*). Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin sebanyak 77 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi teknik analisis data menggunakan analisis IPA (*Important Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Berdasarkan analisis IPA, atribut yang masih perlu ditingkatkan koperasi seperti kelengkapan fasilitas koperasi (Atribut Bukti Nyata), ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan (Atribut Keandalan), keterampilan atau pengetahuan pengurus (Atribut Jaminan), sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi peraturan koperasi (Atribut Daya Ketanggapan) dan bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit (Dimensi Perhatian). Perhitungan CSI keseluruhan mencapai nilai 77,40 % dalam rentang skala 61-80 %-anggota merasa puas terhadap kinerja yang diberikan koperasi.

Kata Kunci : kinerja, kepuasan, pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the level of member satisfaction with the service of farmer substation cooperatives in Ketapag village, Susukan district, Semarang district. This research was conducted in September - October 2017 in the Al-Barokah Circle of Friends. The method used in the research is survey. Determination of the research location purposively, the selection of respondents was done randomly (*Simple Random Sampling*). the number of respondents was determined using the Slovin formula as many as 77 people. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and observation. Data analysis techniques using IPA (*Important*

Performance Analysis) and CSI (*Customer Satisfaction Index*). Based on IPA analysis, attributes that still need to be improved by cooperatives were cooperative facilities (Tangibles Attribute), timeliness in earning money from sales (*Reliability Attribute*), skills or knowledge of the board (Assurance Attribute), sanctions for members who do not comply with cooperative regulations and social assistance such as hospital fees when there are members who are sick (Empathy Attribute). Based on calculations, CSI extent reaches 77.40% in the range of 61-80% scale so that it can be said members are satisfied with the performance provided cooperatives.

Keywords: *performance, satisfaction, customer.*

PENDAHULUAN

Salah satu kelembagaan ekonomi yang dekat dengan petani adalah koperasi. Koperasi sendiri adalah suatu organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan oleh seorang demi kepentingan bersama. Pada pasal 33 ayat 1 UUD 1945 dijelaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, sehingga sebagai salah satu pelaku ekonomi, koperasi diharapkan mampu menjadi soko guru perekonomian Indonesia (Riani, 2007). Koperasi merupakan perkumpulan otonom dari orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial dan budaya mereka. Melalui koperasi, berbagai program pengembangan bisa dijalankan secara berskala dan dapat berkembang besar. Koperasi dikatakan ideal ketika koperasi melakukan pelayanan jasa yang diterima melampaui harapan anggota, namun sebaliknya apabila jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk. Faktor yang mempengaruhi suatu pelayanan yang berkualitas terutama jasa yang diterima sesuai yang diharapkan, kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan (Umar, 2003). Badan usaha koperasi memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh badan usaha lainnya yakni anggota koperasi sebagai pelanggan dan juga sekaligus sebagai pemilik koperasi (Ropke, 2000).

Koperasi Serba Usaha (KSU) bergerak pada usaha meminjamkan modal berupa benih dan bibit, pengadaan sarana dan produksi, menampung sisa hasil usaha serta memberikan informasi peluang pasar.

Koperasi yang belum optimal dalam melakukan pelayanan akan mengakibatkan menurunnya tingkat kepuasan anggota. Kepuasan anggota koperasi dirasa sangat penting agar koperasi mampu menilai kinerja yang diberikan apakah sudah memberikan kepuasan atau belum maka dibutuhkan suatu analisis mengenai tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap tingkat pelayanan. Kepuasan berupa barang atau jasa dapat memuaskan konsumen (Irawan, 2002).

Kelembagaan pertanian di Desa Ketapang dalam mewujudkan salah satu Paguyuban dengan mendirikan koperasi dimana anggotanya adalah para petani di Al-Barokah. Koperasi ini dibangun untuk memfasilitasi anggota guna mencukupi kebutuhan untuk bertani, koperasi menyediakan benih, bibit, pupuk serta koperasi juga sebagai wadah untuk para petani menjualkan hasil panennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan koperasi Gardu Tani di Paguyuban Al-Barokah, Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi mengenai tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan Koperasi Gardu Tani koperasi dan memerikan tambhan informasi mengenai pelayanan koperasi serta diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian mendatang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah survai. Lokasi ditentukan menggunakan metode *purposive*. Paguyaban

Al-Barokah merupakan salah satu daerah pertanian organik yang cukup besar serta memiliki koperasi yang memenuhi kebutuhan dan menampung hasil panen dari anggota. Populasi penelitian ini adalah keseluruhan anggota koperasi di Paguyuban Al-Barokah dengan jumlah 343 anggota. Metode untuk jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan batas kesalahan 10 persen (Sugiyono, 2013) dan menghasilkan jumlah sampel sebesar 77 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner. Wawancara dilakukan guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas kondisi lapangan (Singarimbun, 2006). Penelitian dilaksanakan pada bulan September - Oktober 2017.

ANALISIS DATA

Important Performance Analysis (IPA)

Important Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan anggota terhadap kinerja aktual (Supranto, 2001). Analisis kesesuaian digunakan untuk mengetahui urutan prioritas atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan persentase perbandingan antara nilai kinerja dengan tingkat kepentingan atribut dimensi kualitas, menggunakan. Rumus Supranto (2001) adalah:

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots(1)$$

Keterangan :

X_i = Total skor rata-rata tingkat kinerja aktual/pelaksanaan pada responden ke-i

Y_i = Total skor rata-rata tingkat kepentingan pada responden ke-i

n = Jumlah Responden

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan variabel-variabel yang diukur (Irawan, 2002). Indeks kepuasan pelanggan (CSI) dapat dihitung dengan tahapan berikut :

Perhitungan keseluruhan *Customer Satisfaction Index (CSI)* diilustrasikan pada Tabel (1). Dilihat pada nilai rata-rata pada kolom Kepentingan (I) dan kolom Kepuasan (P) yang sebelumnya dijumlahkan terlebih dahulu sesuai dengan atributnya sehingga diperoleh (Y). Pada kolom Skor (S) didapatkan dari kolom Kepentingan (I) dikalikan dengan kolom Kepuasan (P) per atribut dan hasil penjumlahan dari per atribut didapatkan (T). CSI selanjutnya diperoleh dari (Lodhita, 2014):

$$CSI = \frac{T}{5(Y)} \times 100 \% \dots\dots(2)$$

Keterangan :

T = Hasil penjumlahan per atribut

5 = Nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran

Y = Total penjumlahan dari kepentingan dan Kepuasan

Tabel 1. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Atribut	Kepentingan (I) Skala : 1-5	Kepuasan (P) Skala : 1-5	Skor (S) (S)=(I) X (P)
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
Skor Total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

Skala kepuasan pelanggan/anggota yang umum dipakai dalam interpretasi indeks dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Kriteria Indeks Kepuasan Pelanggan

Tingkat Kepuasan	Skor
Sangat Puas	81 – 100
Puas	61 – 80
Cukup	41 – 60
Tidak Puas	1 – 40
Sangat tidak Puas	0 – 20

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas responden yang dijadikan pokok utama dalam penelitian ini adalah umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan. Hasil survai dilapangan menunjukkan bahwa pada rentang umur 21-30 tahun berjumlah 8 orang (10%), 31-40 tahun sebanyak 11 orang (15%), 41-50 tahun sebanyak 27 orang (35%), dan rentang umur >50 tahun sebanyak 31 orang (40%). Responden penelitian didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 56 orang (72%) sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 21 orang (28%). Sebanyak 16 orang responden (20%) tidak tamat sekolah, 22 orang (28%), 19 orang (26%) tamat SMP, 18 orang (24%) tamat SMA, dan 2 orang (2%) lulusan dari perguruan tinggi.

Analisis IPA (*Important Performace*

Tabel 3. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Kondisi Aktual dan Harapan (Sumber : Hasil Olah Data, 2017).

No	Atribut	Kondisi Aktual	Harapan
1.	Penampilan (kerapian) pengurus koperasi	3,51	3,63
2.	Kebersihan dan kenyamanan ruang koperasi	3,49	3,48
3.	Kelengkapan fasilitas koperasi (timbangan, alat angkut, uji lab,dll)	3,37	3,54
4.	Barang kebutuhan yang disediakan di koperasi	3,53	3,51
5.	Kualitas/mutu barang yang ditawarkan koperasi	3,63	3,50
6.	Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai koperasi (buku petunjuk/leaflet)	3,57	3,51

Analisis)

Analisis IPA dalam penelitian ini meliputi 5 dimensi yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Empathy*. Dimensi *Tangibles* menunjukkan enam atribut terkait dengan bukti fisik koperasi. Terdapat 4 atribut yang menunjukkan penilaian kondisi aktual lebih tinggi dari skor harapan yaitu atribut 2, 4, 5 dan 6. Atribut ke 5 pada kondisi aktual memiliki skor 3,63 yang menurut anggota sudah baik dalam kualitas mutu barang yang ditawarkan. Responden beranggapan bahwa dengan kualitas atau mutu barang yang baik dapat memberikan dampak positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Supranto (2006) yaitu bentuk pelayanan yang baik dapat menimbulkan prestasi kinerja yang diberikan. Nilai positif dari *Tangibles* menunjukkan semakin tinggi bukti yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Wayan (2008) yang menyatakan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Adapun kondisi aktual dan harapan dimensi *Tangibles* lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 3.

Dimensi *Reliability* memiliki 5 atribut menunjukkan terkait bukti fisik koperasi. Dimensi *Reliability* memiliki tingkat kondisi aktual tertinggi sebesar 3,57 yang terdapat pada dimensi ke 2 yaitu ketepatan waktu dalam mendapatkan hasil penjualan, hal ini menunjukkan bahwa didalam dimensi ini dirasa berhasil dalam memberikan pelayanan

yang diberikan. Karena menurut pendapat Sunarto (2006) salah satu faktor kecepatan melayani konsumen seperti kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, kemudahan memperoleh hasil penjualan, serta harga yang wajar. Adapun kondisi aktual dan harapan dimensi *Reliability* lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4.

Dimensi *Assurance* memiliki beberapa atribut yang dirasa berpengaruh untuk mendapatkan kepuasan, seperti kejujuran, keterampilan, pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU), transparansi SHU, keramahan pengurus. Dimensi *Assurance* jika dilihat pada atributnya yang memiliki skor kondisi aktual lebih tinggi dibandingkan dengan harapan terdapat pada atribut 1,3,4 dan 5. Atribut yang memiliki skor tertinggi pada pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) secara adil sebesar 3,79. Hal ini menunjukkan bahwa faktor dimensi jaminan seperti tingkah laku, sopan santun, cara menyampaikan yang jelas, waktu penyampaian yang tepat, keramahan pengurus serta keterampilan pengurus yang baik (Supranto, 2001). Adapun kondisi aktual

dan harapan dimensi *Assurance* lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 5.

Dimensi *Responsiveness* menunjukkan lima atribut terkait dengan bukti fisik koperasi. Dimensi ini memiliki kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan dengan melalui penyampaian informasi yang jelas. Jika dilihat atribut ini memiliki score tertinggi pada persyaratan yang mudah untuk menjual hasil pertanian ke koperasi sebesar 3,71 berarti suatu keinginan para pengurus untuk membantu para anggota serta memberikan pelayanan dengan tanggap, sehingga mampu menciptakan rasa puas (Fandy, 2012). Nilai positif dari keandalan menunjukkan semakin baik keandalan yang diberikan, maka akan diikuti dengan semakin baiknya peningkatan kepuasan pelanggan. Koperasi Gardu Tani sudah mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Adapun kondisi aktual dan harapan dimensi *Responsiveness* lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 6.

Dimensi *emphaty* terdapat lima atribut

Tabel 4. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Kondisi Aktual dan Harapan Dimensi *Reliability* Tahun 2017 (Sumber: Hasil Olah Data, 2017).

No	Atribut	Kondisi Aktual	Harapan
1.	Kemudahan dalam pendaftaran anggota baru dan kemudahan melakukan transaksi jual atau beli	3,67	3,62
2.	Ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan	3,57	3,63
3.	Terdapat penetapan harga jual	3,66	3,68
4.	Pelaksanaan rapat anggota tahunan (RAT) dan pembagian SHU tepat waktu	3,68	3,71
5.	Lokasi koperasi strategis untuk di tempuh	3,72	3,54

Tabel 5. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Kondisi Aktual dan Harapan Dimensi *Assurance*

No	Atribut	Kondisi Aktual	Harapan
1.	Kejujuran pengurus koperasi	3,75	3,67
2.	Ketrampilan/pengetahuan pengurus	3,57	3,68
3.	Pembagian SHU secara adil	3,79	3,66
4.	Transparansi laporan hasil usaha	3,66	3,65
5.	Keramahan pengurus dalam melayani anggota	3,76	3,55

Tabel 6. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Kondisi Aktual dan Harapan Dimensi *Responsiveness*

No	Atribut	Kondisi Aktual	Harapan
1.	Persyaratan yang mudah untuk menjual barang ke koperasi	3,71	3,70
2.	Pembayaran penjualan barang yang cepat	3,67	3,67
3.	Sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi aturan koperasi	3,63	3,68
4.	Penyampaian informasi secara jelas oleh pengurus	3,70	3,64
5.	Kecepatan dan ketepatan pengurus dalam menanggapi keluhan anggota	3,68	3,72

Tabel 7. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Kondisi Aktual dan Harapan Dimensi *Empathy* (Sumber: Hasil Olah Data, 2017).

No	Atribut	Kondisi Aktual	Harapan
1.	Bingkisan Hari Raya	3,61	3,68
2.	Peminjaman sarana produksi (pupuk, pestisida, benih,dll)	3,44	3,51
3.	Kesabaran anggota dalam melayani dan merespon anggota	3,64	3,62
4.	Keramahan pengurus dalam melayani anggota	3,70	3,66
5.	Bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit	3,42	3,51

terkait bukti fisik koperasi. Dimensi *Empathy* memiliki kondisi aktual tertinggi dibandingkan dengan skore harapan terletak pada atribut ke 4 dengan skore 3,70 yaitu keramahan pengurus dalam melayani anggota. Keramahan disini seperti bertegur sapa, senyum dan memberikan keramahan kepada setiap anggota yang datang ke koperasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Lupiyoadi (2014). Koperasi yang baik, jika dilihat dari kelima dimensi yang ada maka keseluruhan dimensi mampu memberikan informasi-informasi yang baik untuk koperasi yang akan datang seperti hal anggota mampu memberikan tanggapan dengan munculnya rasa kepercayaan dan keyakinan anggota terhadap pengurus koperasi, memberikan pandangan untuk kemajuan dari koperasi, mampu memberikan pengaruh positif kepada pengurus koperasi dengan memberikan keramahan selama memperoleh pelayanan di

koperasi. Adapun kondisi aktual dan harapan dimensi *Responsiveness* lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 7.

Analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan variabel-variabel yang diukur (Irawan, 2002). CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Hasil Perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) dapat dilihat pada Tabel 8. Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan pada Dimensi *Tangibles* memiliki nilai harapan dengan skor 3,63 yang menurut anggota sudah baik dalam kualitas mutu barang yang ditawarkan. Responden

Tabel 8. Perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

No	Atribut	Harapan (I)	Kinerja (P)	Skor (IxP)
Dimensi <i>Tangible</i> (bukti fisik)				
1.	Penampilan (kerapian) pengurus koperasi	3,63	3,51	12,74
2.	Kebersihan dan kenyamanan ruang koperasi	3,48	3,49	12,14
3.	Kelengkapan fasilitas koperasi (timbangan, alat angkut, uji lab, dll)	3,54	3,37	11,92
4.	Barang kebutuhan yang disediakan di koperasi	3,51	3,53	12,39
5.	Kualitas/mutu barang yang ditawarkan koperasi	3,50	3,63	12,39
6.	Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai koperasi (buku petunjuk/leaflet)	3,51	3,57	12,53
Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan)				
7.	Kemudahan dalam pendaftaran anggota baru dan kemudahan melakukan transaksi jual atau beli	3,62	3,67	12,53
8.	Ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan	3,63	3,57	12,95
9.	Terdapat penetapan harga jual	3,68	3,66	13,46
10.	Pelaksanaan rapat anggota tahunan (RAT) tepat waktudanpembagian SHU tepatwaktu	3,71	3,68	13,65
11.	Lokasi koperasi strategis untuk di tempuh	3,54	3,72	13,16
Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)				
12.	Kejujuran pengurus koperasi	3,67	3,75	13,76
13.	Keterampilan/pengetahuan pengurus	3,68	3,57	13,13
14.	Pembagian SHU secara adil	3,66	3,79	13,87
15.	Transparansi laporan hasil usaha	3,65	3,66	13,35
16.	Keramahan pengurus dalam melayani anggota	3,55	3,76	13,34
Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Ketanggapan)				
17.	Persyaratan yang mudah untuk menjual barang ke koperasi	3,70	3,71	13,72
18.	Pembayaran penjualan barang yang cepat	3,67	3,67	13,46
19.	Terdapat sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi aturan koperasi	3,68	3,63	13,35
20.	Penyampaian informasi secara jelas oleh pengurus	3,64	3,70	13,46
21.	Kecepatan dan ketepatan pengurus dalam menanggapi keluhan anggota	3,72	3,68	13,68
Dimensi <i>Emphaty</i> (Perhatian)				
22.	Bingkisan Hari Raya	3,68	3,61	13,28
23.	Peminjaman sarana produksi (pupuk, pestisida, benih, dll)	3,51	3,44	12,07
24.	Kesabaran anggota dalam melayani dan merespon anggota	3,62	3,64	13,17
25.	Keramahaan pengurus dalam melayani anggota	3,66	3,70	13,54
26.	Bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit	3,51	3,42	12,00
Total		93,95		340,1

Sumber : Data Primer Penelitian, 2017

beranggapan bahwa dengan kualitas atau mutu barang yang baik dapat memberikan dampak positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Supranto (2006) yaitu bentuk pelayanan yang baik dapat menimbulkan prestasi kinerja yang diberikan. Dimensi *Reliability* memiliki harapan tertinggi sebesar 3,71 hal ini menunjukkan

bahwa didalam dimensi ini dirasa berhasil dalam memeberikan pelayanan yang diberikan karena menurut pendapat Subagyo (2010) kehandalan merupakan suatu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dimensi *Assurance* memiliki beberapa atribut yang dirasa

berpengaruh untuk mendapatkan kepuasan, skor tertinggi harapan dimensi ini terdapat pada keterampilan atau pengetahuan pengurus sebesar 3,68. Triasmoro dalam Siswono (2017) yang menyatakan bahwa pengurus memiliki kemampuan (keterampilan, pendidikan, pengetahuan, kecekatan) memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan kinerja pengurus. Pengurus yang berpengalaman keterampilan atau pengetahuan mampu menciptakan SDM yang sebelumnya belum muncul, hal ini sesuai Fandy (2005) didalam kualitas pelayanan proses kerja dan pengalaman merupakan salah satu dari tujuh faktor yang ada seperti nilai budaya, sistem bisnis serta kepastian jumlah anggota.

Harapan pada dimensi *Responsiveness* adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan dengan melalui penyampaian informasi yang jelas. Jika dilihat dimensi ini memiliki skor tertinggi pada kecepatan dan ketepatan pengurus dalam menanggapi keluhan sebesar 3,72 karena jika dilihat anggota yang puas terhadap kinerja pengurus dengan melakukan respon cepat dan tepat terhadap keluhan secara tidak langsung anggota sudah menikmati fasilitas yang sudah diberikan koperasi (Fandy, 2012). Dilihat dari dimensi *emphaty* memiliki nilai tertinggi sebesar 3,68 yaitu mendapatkan bingkisan Hari Raya. Anggota dengan adanya bingkisan Hari Raya dirasa membuat anggota merasa puas, karena ketika anggota memahami dan mengerti antara pengurus dan anggota dengan berbagai kondisi sehingga terciptanya hubungan yang baik dan mampu memberikan rasa empati melalui bingkisan Hari Raya (Farah, 2003).

Berdasarkan Tabel 8 hasil penjumlahan keseluruhan atribut sebesar 340,1 dan nilai kepentingan dengan rumus (2) diperoleh Indeks kepuasan Konsumen (CSI) secara keseluruhan diperoleh skor 72,40% yang sudah dilihat dalam kelima dimensi (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*) merupakan salah satu kunci dalam menciptakan suatu loyalitas dan

dapat mencegah terjadinya perputaran anggota, mengurangi kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasional sehingga jasa yang sudah diberikan koperasi kepada konsumen sudah puas. Jika dilihat secara keseluruhan Koperasi Gardu Tani melalui pengurus sudah memberikan pelayanan-pelayanan yang memuaskan anggota untuk mengunjungi koperasi. Anggota yang menikmati pelayanan koperasi akan menentukan kualitas pelayanannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Aryani dan Rosinta (2011) bahwa anggota dalam membentuk loyalitas kepuasan memberikan suatu pengaruh signifikan yang telah diberikan didalam kelima dimensi pembentukan kualitas pelayan. Setelah koperasi mengetahui atribut yang perlu diperbaiki, pengurus melakukan evaluasi-evaluasi, hal ini dilakukan berguna untuk bahan acuan atau pertimbangan kemajuan koperasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2002) bahwa pengukuran analisis ini diperlukan karena hasil pengukuran ini sebagai acuan untuk memperbaiki sasaran atribut pelayanan yang akan datang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai tingkat kepuasan terhadap pelayanan koperasi dapat disimpulkan bahwa 72% responden berjenis kelamin laki-laki dengan rentang usia 30-50 tahun dan sebanyak 50% tingkat pendidikan masih rendah. Berdasarkan atribut pada tingkat harapan responden seperti penamilan kerapihan pengurus koperasi (Dimensi *Tangibles*), pelaksanaan Rapat Anggota Tahunan (RAT) dan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) tepat waktu (Dimensi *Reliability*), keterampilan/ pengetahuan pengurus (Dimensi *Assurance*), kecepatan dan ketepatan pengurus dalam menanggapi keluhan anggota (Dimensi *Responsiveness*) dan bingkisan hari raya (Dimensi *Empathy*) dalam hasil penjumlahan keseluruhan atribut sebesar 340,1 dan nilai kepentingan dengan rumus (2) diperoleh Indeks kepuasan

Konsumen (CSI) secara keseluruhan diperoleh skor 72,40% yang sudah dilihat dalam kelima dimensi (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) nilai ini menunjukkan bahwa anggota memiliki rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Koperasi Gardu Tani walaupun belum maksimal.

Kemudian melakukan evaluasi ulang terhadap kinerja yang dilakukan pengurus adalah sangat penting, dengan melakukan evaluasi perbaikan kinerja maka akan menjadi prioritas utama dan meningkatkan pelayanan agar dapat memperhitungkan kepentingan yang diharapkan pengurus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. dan Febrina, R. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *J. Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17 (2): 114-126.
- Fandy, T dan G. Chandra. 2012. *Service Management* Mewujudkan Pelayanan Prima. Edisi II Andi, Yogyakarta.
- Fandy. 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Andi, Yogyakarta.
- Farah, M. 2003. Tinjauan Persepsi Manajemen Terhadap Struktur Modal Perusahaan *Go Public*. *J. Media Riset Bisnis dan Manajemen*. 3 (1): 98-115.
- Irawan, H. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Lodhita, H. E. 2014. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) *Case Study on Toko Oen*, Malang. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Lupiyoadi, R. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Edisi III, Salemba Empat, Jakarta.
- Riani, E. D. 2007. Kinerja Koperasi berdasarkan Kep.Men.No.129/KEP/M/KUKM/XI/2002, Hambatan, Permasalahan dan Implementasinya (Studi Kasus pada Koperasi Pegawai RI Se-Kabupaten Pemalang. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ropke, J. 2000. *Ekonomi Koperasi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Singarimbun, M dan S. Efendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta (ID): Penerbit Strategi Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP. Gramedia, Jakarta.
- Siswono A., Sriroso S. dan B. M. Setiawan. 2017. Pengaruh karakteristik penyuluh, kondisi kerja, motivasi terhadap kinerja penyuluh pertanian dan pada perilaku petani padi di Kabupaten Rembang. *J. Agrisocionomics*. 1(2): 159-173.
- Subagyo, A. 2010. *Marketing in Business* Studi Kasus UMK & LKM (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro). Edisi I. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Koperasi*. Amus, Yogyakarta.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta, Jakarta.
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dalam Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Utama, Jakarta.
- Wayan, A. P. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar. *J. Forum Manajemen*. 6 (2): 43-55.