

# PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI DI PALEMBANG

Ratnawati<sup>1)</sup>

Guru Madrasah Tsanawiyah Sekayu.

Maftuhah Nurrahmi<sup>2)</sup>

Dosen Universitas Muhammadiyah Palembang.

## Abstract

*This study aims to determine differences in customer satisfaction at Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, and Koperasi Kredit Rukun Palembang. The result is expected to provide input and information about how strong customer satisfaction in the work of Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, and Koperasi Kredit Rukun Palembang. The population in this study is the customer's Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, and Koperasi Kredit Rukun Palembang. The method of sampling conducted on the basis of simple random sampling with the assumption that the population has a homogeneous characteristic that is expected random sampling of all populations have the same opportunities to be taken as a sample. Data collection was done by distributing questionnaires to customer Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, and Koperasi Kredit Rukun Palembang sampled. For the analysis and hypothesis testing using SPSS author. The conclusion from the result of research there are differences in customer satisfaction in Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, and Koperasi Kredit Rukun Palembang.*

*Keyword : customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Menurut Schnaars (dalam Fandy Tjiptono, 2008:20), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis. Hal ini memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Fandy Tjiptono, 2008:24). Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Hal ini dilakukan dalam rangka mengembangkan mekanisme pemberian pelayanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan (Siradjuddin Noor, 2006). Untuk maksud tersebut perlu diketahui apa yang pelanggan pikirkan tentang anda, pelayanan anda, dan pesaing anda.

<sup>1)</sup> Koresponden Penulis : isal76@gmail.com

<sup>2)</sup> Koresponden Penulis : umiulul@gmail.com



Menurut Parasuraman (dalam Fandy Tjiptono, 2008:26) terdapat lima dimensi kepuasan pelanggan terhadap produk jasa, yaitu :

1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas 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 keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberikan perhatian kepada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan ini ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin. Sejumlah metode digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2007:179). Survei berkala dapat menelusuri kepuasan pelanggan secara langsung. Perusahaan juga dapat memantau angka kehilangan pelanggan dan mengontak pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang sudah beralih ke pemasok lain untuk mempelajari mengapa ini bisa terjadi.

Kajian tentang kepuasan konsumen pernah dilakukan oleh Rahmat Sutrisno dan Dona Eka Putri (2007), dengan judul Perbedaan Kepuasan Mahasiswa Pengguna Kartu Selular Teknologi GSM. Penelitian menggunakan 80 mahasiswa Universitas Gunadarma sebagai sampel dengan kriteria mahasiswa yang menggunakan dua kartu selular yaitu GSM dan CDMA dengan usia 18 – 25 tahun. Teknik analisis yang digunakan adalah *paired sample t test*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan konsumen pengguna kartu selular teknologi GSM dan CDMA. Penelitian lain dilakukan oleh Evi Wahyuni (2006) dengan judul Perbandingan Penilaian Konsumen Terhadap The Botol Sosro Pada Universitas Gunadarma. Perbandingan dilakukan terhadap kinerja perusahaan yang dilihat dari unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Sejumlah 138 sampel digunakan, yakni 85 responden adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan 53 responden adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi. Teknik analisis yang digunakan adalah *chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen. Selanjutnya Purnomo dan Setio (2009) juga melakukan kajian dengan judul Perbedaan gap untuk Menguji Kualitas Pelayanan Koperasi Unit Desa Tenggak I Konsumen Sragen terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel-variabel yang digunakan adalah variabel *tangible* (X1), variabel *reliability* (X2), variabel *responsiveness* (X3), variabel *assurance* (x4), dan variabel *emphaty* (x5). Sejumlah 50 responden digunakan yang diambil secara *convenience sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terhadap keempat variabel (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*) terdapat perbedaan yang signifikan antara harapan dan kenyataannya. Sedangkan untuk variabel *emphaty* tidak terdapat perbedaan signifikan.

Dalam tulisan ini, peneliti mencoba mengkaji perasaan puas atau tidaknya anggota Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun. Koperasi merupakan badan



usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan (Subandi, 2010:12). Dalam hal ini Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun harus memberikan kualitas pelayanan dengan baik agar anggota merasa puas terhadap layanan yang ada. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan (anggota) Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun adalah respon pelanggan (anggota) terhadap evaluasi ketidaksesulan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan (anggota koperasi) merupakan tingkat perasaan seseorang anggota Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Koperasi Dharma Karya Palembang memiliki usaha unit simpan pinjam sebagai produk andalan dan selalu mengadakan rapat anggota. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan pengurus, karyawan maupun anggota berlangganan Koran Sumatra Ekspres dan majalah Warta. Koperasi ini juga melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi anggota, mengikuti sosialisasi, tabungan koperasi telah memperlihatkan keseimbangan antara jumlah modal luar dan modal sendiri, biro perjalanan telah membuka usaha baru di bidang jasa kepariwisataan, semua bentuk pinjaman diasuransikan. Disamping memiliki keunggulan Koperasi Dharma Karya Palembang memiliki kelemahan yaitu terbatas perlengkapannya dana dan perlengkapan toko (barang-barang), ruangan kurang rapi, jam operasi belum sesuai dan karyawan kurang. Ditinjau dari perkembangannya, anggota Koperasi Dharma Karya pada tahun 2009 sebanyak 1.282 orang. Selama tahun 2009 anggota Koperasi Dharma Karya bertambah sebanyak 38 orang, sementara yang keluar atas permintaan sendiri sebanyak 107 orang, sehingga pada tahun 2010 anggota Koperasi Dharma Karya Palembang tercatat sebanyak 1213 orang.

Sedangkan Koperasi Wanita Petra memiliki bidang usaha simpan pinjam, unit toko/swalayan dan butik. Koperasi ini memiliki keunggulan usaha unit simpan pinjam produk andalan, selalu mengadakan rapat anggota, selalu mengikuti pelatihan, memberikan penghargaan kepada pegawai teladan, memberi bantuan kepada anggota yang tertimpa musibah, studi banding Koperasi Wanita Petra pusat Jakarta. Koperasi ini juga memberikan pinjaman modal kepada usaha kecil, mengikuti seminar, lokakarya dan pertemuan lain yang menyangkut perkembangan koperasi. Adapun kelemahan Koperasi Wanita Petra yaitu masih kurangnya perlengkapan komputer, perlengkapan toko (barang-barang), tata ruang kurang, membeda-bedakan pelanggan dan masih kurangnya karyawan. Ditinjau dari perkembangannya Koperasi Petra, keanggotaan untuk pertama kalinya adalah pengurus unit dan sub-sub unit Dharma Wanita Pertamina, selanjutnya istri-istri karyawan yang ada di Plaju dan Sungai Gerong pada tahun 1993, ditambah dengan karyawati. Bidang usaha, semula hanya usaha simpan pinjam dan tahun 1994 adanya unit toko, tahun 1995 supplier, tahun 1997 mengembangkan unit toko menjadi pasar swalayan.

Koperasi Kredit Rukun memiliki keunggulan selalu mengadakan rapat anggota, memberikan pinjaman kepada usaha kecil. Disamping memiliki keunggulan juga memiliki kelemahan yaitu masih kurangnya perlengkapan komputer, tata ruang yang kurang nyama, fisik bangunan yang kurang baik, informasi dan daya tanggap terhadap pertanyaan pelanggan kurang baik, membeda-bedakan pelanggan, jam operasi, penyuluhan belum dilaksanakan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :



- a. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Koperasi Dharma Karya.
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Koperasi Wanita Petra.
- c. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Koperasi Kredit Rukun.
- d. Bagaimana perbedaan kepuasan pelanggan pada Koperasi Dharma Karya, Koperasi wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun.

Koperasi Dharma Karya yang hingga saat ini masih menggantungkan kekuatan pada unit Usaha Simpan Pinjam yang omsetnya 7 milyar lebih. Pada tahun 2006 Koperasi ini memulai usaha baru yang bergerak dibidang jasa Kepariwisata yaitu Biro Perjalanan Dharma Karya Tours dan Travel. Koperasi Dharma Karya memiliki bukti langsung seperti fisik bangunan koperasi yang terdiri dari gedung dua lantai, ruangan luas, dekat jalan raya, prosedur pengurusan transaksi yang cepat dan tepat, karyawan koperasi cepat tanggap dalam menghadapi pertanyaan pelanggan.

Koperasi Wanita Petra memiliki bukti langsung berupa ruangan yang luas dan ber AC, karyawan koperasi bersikap terbuka kepada anggota dan mampu memberi informasi yang jelas kepada pelanggan menyangkut kepentingan anggota. Karyawan koperasi ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan pembinaan maupun penyuluhan sudah dilaksanakan koperasi seperti mengadakan lokakarya dan penyuluhan.

Koperasi Kredit Rukun memiliki ruangan yang terdiri dari dua lantai, terletak pusat kota dan dekat jalan raya. Pelayanan koperasi kepada anggota kurang cepat dan jika ada anggota koperasi mengalami suatu masalah karyawan kurang cepat melakukan tindakan. Karyawan koperasi bersikap sopan dalam melakukan pelayanan kepada anggotanya dan apabila salah seorang anggota koperasi mengalami kesulitan karyawan koperasi kurang memberikan perhatian khusus.

Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Diduga pelanggan puas pada Koperasi Dharma Karya.
- b. Diduga pelanggan puas pada Koperasi Wanita Petra.
- c. Diduga pelanggan tidak puas pada Koperasi Kredit Rukun.
- d. Diduga terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, dan Koperasi Kredit Rukun.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Desain Penelitian**

Desain penelitian ini adalah desain komparatif. Menurut Sugiyono (2002:83) penelitian komparatif bersifat membandingkan. Perbandingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan kepuasan konsumen anggota koperasi. Banyak koperasi yang beroperasi di Palembang, akan tetapi penulis mengambil tiga kategori koperasi, yaitu Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, dan Koperasi Kredit Rukun Palembang.

### **2. Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007:31). Dalam penelitian ini, variabel penelitian berikut indikatornya ditampilkan dalam tabel di bawah :

Tabel 1 : Variabel, Definisi Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Penelitian.

Variabel dan Defenisinya	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun yang muncul setelah membandingkan antara kinerja nyata dan harapan	Bukti Langsung/ <i>Tangible</i>	1.Perengkapan.	Nominal
		2.Kenyamanan Ruangan.	Nominal
		3.Fisik bangunan.	Nominal
		4.Tata ruang koperasi.	Nominal
	Kehandalan/ <i>Reability</i>	1.Kejujuran pegawai.	Nominal
		2.Pelayanan pada saat mendaftar.	Nominal
		3.Ketepatan janji pelayanan.	Nominal
		4.Prosedur pengurusan transaksi cepat dan tepat.	Nominal
	Daya Tanggap/ <i>Resvonsives enes</i>	1.Kejelasan informasi yang di dapat.	Nominal
		2.Pemberian pelayanan yang tidak membeda-bedakan pelanggan.	Nominal
		3.Kecepatan dalam menyelesaikan masalah.	Nominal
		4.Daya tanggap dalam menghadapi pertanyaan pelanggan.	Nominal
	Jaminan/ <i>Assurance</i>	1.Mampu berkomunikasi.	Nominal
		2.Informasi yang akurat.	Nominal
		3.Sopan santun.	Nominal
		4.Keramahan karyawan.	Nominal
Empati/ <i>Emphaty</i>	1.Pembinaan dan penyuluhan	Nominal	
	2.Jam operasi	Nominal	
	3.Memahami kebutuhan khusus pelanggan.	Nominal	
	4.Perhatian khusus pada pelanggan.	Nominal	

Sumber : Fandy Tjiptono, 2008

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Dharma Karya berjumlah 1213 orang, pada Koperasi Wanita Petra berjumlah 865 orang dan pada Koperasi Kredit Rukun Berjumlah 4935 orang. Akibat adanya kendala waktu, biaya dan tenaga maka pada penelitian ini digunakan sampel. Selanjutnya untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus Slovin (Umar, 2005:146) dan diperoleh jumlah sampel minimal dari masing-masing koperasi, yaitu 92



orang dari Koperasi Dharma Karya, 90 orang dari Koperasi Wanita Petra, dan 99 orang dari Koperasi Kredit Rukun. Adapun tehnik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan asumsi bahwa populasi memiliki karakteristik yang homogen sehingga semua populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel (Suglyono,2002:59).

#### 4. Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer berupa jawaban responden terhadap kuisisioner yang diedarkan. Adapun tehnik yang digunakan adalah metode kuisisioner.

#### 5. Tehnik Analisis

##### a. Indeks Kepuasan Pelanggan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui skor kepuasan setiap konsumen baik di Koperasi Dharma Karya, Wanita Petra dan Kredit Rukun. Adapun skor diperoleh dengan rumus sebagai berikut (Tjiptono, 2008:37) :

$$IKP = PP$$

Keterangan :

IKP = Indeks Kepuasan Pelanggan

PP = *Perceived Performance / Kinerja Nyata*

Kreteria Pengukuran :

1. Untuk kriteria puas atau tidak puas dihitung dari total kinerja dibandingkan dengan rata-rata kinerja.
2. Rata – rata kinerja dihitung dengan membagi jumlah pertanyaan dibagi 2.

Atau jika jawaban responden di atas 50% menyatakan Ya, maka responden puas dan jika jawaban responden dibawah 50% menyatakan tidak puas.

##### b. Uji Proporsi (hipotesis 1,2, dan 3)

Uji proporsi digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis 1, 2, dan 3. (Sudjana, 2002:226).

##### c. Analisis Uji Beda (*Chi kuadrat*)

Analisis ini untuk membuktikan hipotesis 4.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Kepuasan Pelanggan

Tabel 2. Jawaban Responden pada Koperasi Dharma Karya.

No	Indikator	S	%	TS	%
<b>A Bukti Langsung (<i>tangible</i>)</b>					
1.	Perlengkapan yang dipakai Koperasi sudah lengkap	30	32,61	62	67,39
2.	Koperasi memiliki ruangan yang nyaman	51	55,43	41	44,56
3.	Fisik bangunan koperasi bagus	80	86,95	12	13,04
4.	Tata ruang koperasi sudah bagus	53	57,61	39	42,39
<b>B Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1.	Kejujuran karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	77	83,69	15	16,30
2.	Pelayanan pada saat mendaftar yang diberikan karyawan koperasi sudah baik.	77	83,69	15	16,30
3.	Penetapan janji pelayanan karyawan koperasi sudah baik.	77	83,69	15	16,30
4.	Prosedur pengurusan transaksi cepat dan tepat.	75	81,52	17	18,47
<b>C Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>					
1.	Kejelasan informasi yang didapat dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	55	59,78	37	40,22
2.	Pemberian pelayanan karyawan koperasi yang tidak membeda-bedakan pelanggan sudah baik.	68	23,91	24	26,08
3.	Kecepatan dalam menyelesaikan masalah dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	85	92,39	7	7,61
4.	Daya tanggap karyawan koperasi dalam menghadapi pertanyaan pelanggan sudah baik.	87	94,56	5	5,43
<b>D Jaminan (<i>Asurance</i>)</b>					
1.	Karyawan koperasi mampu berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik.	65	70,65	27	29,35
2.	Informasi yang akurat yang diberikan karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	72	78,26	20	21,74
3.	Sopan santun karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	90	97,83	2	2,17
4.	Keramahan karyawan koperasi dalam pelayanan kepada pelanggan sudah baik.	87	94,56	5	5,43
<b>E <i>Emphaty</i></b>					
1.	Pembinaan dan penyuluhan sudah dilaksanakan koperasi dengan baik.	72	78,27	20	21,74
2.	Koperasi yang baik mempunyai jam operasi yang sesuai untuk semua pelanggan.	89	96,74	3	3,26
3.	Karyawan koperasi yang baik akan memahami kebutuhan khusus pelanggan.	90	97,83	2	2,17
4.	Perhatian khusus pada pelanggan oleh karyawan koperasi sudah baik.	53	57,61	39	42,39

Sumber : Perhitungan data primer, 2010



Berdasarkan Tabel 2 di atas ternyata nilai persetujuan responden relative tinggi terutama pada variable kehandalan, jaminan, dan empati. Sedangkan pada sebagian variabel bukti langsung dan daya tanggap sebagian responden menyatakan ketidaksetujuannya.

**Tabel 3. Jawaban Responden pada Koperasi Wanita Petra**

No	Indikator	S	%	TS	%
<b>A Bukti Langsung (<i>tangible</i>)</b>					
1.	Perlengkapan yang dipakai Koperasi sudah lengkap	1	1,01	98	98,89
2.	Koperasi memiliki ruangan yang nyaman	2	2,02	97	97,98
3.	Fisik bangunan koperasi bagus	5	5,05	94	94,95
4.	Tata ruang koperasi sudah bagus	4	4,04	95	95,96
<b>B Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1.	Kejujuran karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	69	69,69	30	30,30
2.	Pelayanan pada saat mendaftar yang diberikan karyawan koperasi sudah baik.	24	24,24	75	75,76
3.	Penetapan janji pelayanan karyawan koperasi sudah baik.	28	28,28	71	71,72
4.	Prosedur pengurusan transaksi cepat dan tepat.	30	30,30	69	69,69
<b>C Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>					
1.	Kejelasan informasi yang didapat dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	40	40,40	59	59,59
2.	Pemberian pelayanan karyawan koperasi yang tidak membeda-bedakan pelanggan sudah baik.	41	41,41	58	58,59
3.	Kecepatan dalam menyelesaikan masalah dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	51	51,52	48	48,48
4.	Daya tanggap karyawan koperasi dalam menghadapi pertanyaan pelanggan sudah baik.	46	46,46	53	53,54
<b>D Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>					
1.	Karyawan koperasi mampu berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik.	46	46,46	53	53,54
2.	Informasi yang akurat yang diberikan karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	47	47,47	52	52,53
3.	Sopan santun karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	51	51,52	48	48,48
4.	Keramahan karyawan koperasi dalam pelayanan kepada pelanggan sudah baik.	52	52,53	47	47,47
<b>E Emphaty</b>					
1.	Pembinaan dan penyuluhan sudah dilaksanakan koperasi dengan baik.	37	37,37	62	62,63
2.	Koperasi yang baik mempunyai jam operasi yang sesuai untuk semua pelanggan.	36	36,36	63	63,64
3.	Karyawan koperasi yang baik akan memahami kebutuhan khusus pelanggan.	11	11,11	88	88,89
4.	Perhatian khusus pada pelanggan oleh karyawan koperasi sudah baik.	10	10,10	89	89,89

Sumber : Perhitungan data primer, 2010.



Berdasarkan Tabel 3 di atas, ternyata lebih banyak indikator-indikator variabel yang jumlah persetujuan responden lebih banyak. Ketidaksetujuan responden yang jumlahnya relatif besar hanya ada pada dua indikator bukti langsung.

**Tabel 4. Jawaban Responden pada Koperasi Kredit Rukun**

No	Indikator	S	%	TS	%
<b>A Bukti Langsung (<i>tangible</i>)</b>					
1.	Perlongkapan yang dipakai Koperasi sudah lengkap	1	1,01	98	98,89
2.	Koperasi memiliki ruangan yang nyaman	2	2,02	97	97,98
3.	Fisik bangunan koperasi bagus	5	5,05	94	94,95
4.	Tata ruang koperasi sudah bagus	4	4,04	95	95,96
<b>B Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1.	Kejujuran karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	69	69,69	30	30,30
2.	Pelayanan pada saat mendaftar yang diberikan karyawan koperasi sudah baik.	24	24,24	75	75,76
3.	Penetapan janji pelayanan karyawan koperasi sudah baik.	28	28,28	71	71,72
4.	Prosedur pengurusan transaksi cepat dan tepat.	30	30,30	69	69,69
<b>C Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>					
1.	Kejelasan informasi yang didapat dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	40	40,40	59	59,59
2.	Pemberian pelayanan karyawan koperasi yang tidak membedakan pelanggan sudah baik.	41	41,41	58	58,59
3.	Kecapatan dalam menyelesaikan masalah dari karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	51	51,52	48	48,48
4.	Daya tanggap karyawan koperasi dalam menghadapi pertanyaan pelanggan sudah baik.	46	46,46	53	53,54
<b>D Jaminan (<i>Asurance</i>)</b>					
1.	Karyawan koperasi mampu berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik.	46	46,46	53	53,54
2.	Informasi yang akurat yang diberikan karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	47	47,47	52	52,53
3.	Sopan santun karyawan koperasi kepada pelanggan sudah baik.	51	51,52	48	48,48
4.	Keramahan karyawan koperasi dalam pelayanan kepada pelanggan sudah baik.	52	52,53	47	47,47
<b>E Emphaty</b>					
1.	Pembinaan dan penyuluhan sudah dilaksanakan koperasi dengan baik.	37	37,37	62	62,63
2.	Koperasi yang baik mempunyai jam operasi yang sesuai untuk semua pelanggan.	36	36,36	63	63,64
3.	Karyawan koperasi yang baik akan memahami kebutuhan khusus pelanggan.	11	11,11	88	88,89
4.	Perhatian khusus pada pelanggan oleh karyawan koperasi sudah baik.	10	10,10	89	89,89

Sumber : Perhitungan data primer, 2010

Berdasarkan Tabel 4 di atas tampak jauh lebih banyak indikator-indikator variabel yang menunjukkan ketidaksetujuan.

**2. Indek Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan indek kepuasan pelanggan diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari 92 responden yang merasa puas akan pelayanan Koperasi Dharma Karya adalah sebanyak 90 orang responden, sedangkan 2 responden menyatakan tidak puas.

Koperasi Wanita Petra dari 90 responden yang merasa puas akan pelayanan koperasi adalah sebanyak 90 orang (seluruh) responden.

Kopdit Rukun dari 99 responden yang merasa puas akan pelayanan koperasi sebanyak 35 orang responden puas, sedangkan responden yang tidak merasa puas sebanyak 64 orang. Dengan asumsi untuk kriteria puas atau tidak puas dihitung dari total kinerja dibandingkan dengan rata-rata kinerja. Rata-rata kinerja dihitung dengan membagi jumlah pertanyaan dibagi 2 atau jika jawaban responden di atas 50 % menyatakan Ya, maka responden puas dan jika jawaban responden di bawah 50 % menyatakan tidak puas.

**3. Uji Proporsi**

**a. Koperasi Dharma Karya**

Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Pengujian Proporsi pada Koperasi Dharma**

One Sample Test						
Test Value = 0						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00001	63,449	91	,000	15,45652	14,9726	15,9404

Sumber: Hasil data olahan, 2011

Dari tabel 5 dengan menggunakan one sample test diperoleh t test sebesar 63,449 dengan tingkat probabilitas (*p value*) sebesar 0,0000 dibandingkan dengan Alpha yang digunakan sebesar 0,05 maka  $p\ value (0,000) < \alpha (0,05)$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  atau dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan koperasi Dharma Karya Palembang.

**b. Koperasi Wanita Petra**

Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Pengujian Proporsi pada Koperasi Wanita Petra**

One Sample Test						
Test Value = 0						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00001	146,183	89	,000	17,90000	17,6567	18,1433

Sumber : Hasil data olahan, 2011



Dari tabel 6 dengan menggunakan one sample test diperoleh t test sebanyak 146,183 dengan tingkat probabilitas (*p value*) sebesar 0,0000 dibandingkan dengan Alpha yang digunakan sebesar 0,05 maka  $p \text{ value } (0,000) < \alpha (0,05)$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  atau dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan Koperasi Wanita Petra.

#### c. Koperasi Kredit Rukun

Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Pengujian Proporsi pada Koperasi Kredit Rukun One Sample Test**

Test Value = 0						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00001	1,094	98	,000	1,64646	1,5506	1,7423

Sumber: Hasil data olahan, 2011

Dari tabel 7 dengan menggunakan one sample test diperoleh t test sebanyak 1,094 dengan tingkat probabilitas (*p value*) sebesar 0,0000 dibandingkan dengan Alpha yang digunakan sebesar 0,05 maka  $p \text{ value } (0,000) < \alpha (0,05)$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$  atau dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa tidak puas dengan Koperasi Kredit Rukun.

#### 4. Uji Beda

Untuk membuktikan hipotesis ke-4 digunakan uji *chi square* dengan hasil perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 8. Hasil Pengujian Kai Kuadrat Chi-Square**

	Value	df	Asymp. Sig (2-sided)
Pearson Chi-Square	144,208 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	158,453	2	,000
Linear-by-Linear Association	105,848	1	,000
N of Valid Cases	281		

a. 0 cell (,0%) have expected count less than 5.  
The Minimum expected count is 21,14.

Pada tabel 8 *Chi square* hitung diperoleh sebesar 144,208 dengan probabilitas sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan kai kuadrat tabel sebesar 5,991 diperoleh hasil bahwa  $\chi^2_{hitung} (144,208) > \chi^2_{tabel} (5,991)$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada koperasi Dharma Karya, Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun.

Berdasarkan deskripsi jawaban responden, perbedaan kepuasan dapat diidentifikasi atas dasar penilaian responden terhadap indikator-indikator dalam table di bawah :

**Tabel 9. Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan Koperasi Kredit Rukun Palembang**

Indikator	Dharma Karya	Wanita Petra	Kredit Rukun
1. Bukti Langsung			
a. Perlengkapan	Tidak lengkap	Tidak lengkap	Tidak lengkap
b. Kenyamanan ruangan	Nyaman	Nyaman	Tidak lengkap
c. Fisik bangunan	Bagus	Bagus	Tidak bagus
d. Tata ruang	Bagus	Bagus	Tidak bagus
2. Kehandalan			
a. Kejujuran pegawai	Baik	Baik	Baik
b. Pelayanan saat mendaftar	Baik	Baik	Tidak baik
c. Ketepatan janji	Baik	Baik	Tidak baik
d. Prosedur pengurusan transaksi	Cepat dan tepat	Cepat dan tepat	Tidak cepat dan tepat
3. Daya Tanggap			
a. Kejelasan informasi	Baik	Baik	Tidak baik
b. Pemberian pelayanan tidak membeda-bedakan pelanggan	Baik	Baik	Tidak baik
c. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah	Baik	Baik	Baik
d. Daya tanggap menghadapi pertanyaan pelanggan	Baik	Baik	Tidak baik
4. Jaminan			
a. Mampu berkomunikasi	Baik	Baik	Tidak baik
b. Informasi akurat	Baik	Baik	Tidak baik
c. Sopan santun	Baik	Baik	Baik
d. Keramahan karyawan	Baik	Baik	Tidak baik
5. Empati			
a. Pembinaan dan penyuluhan	Baik	Baik	Tidak baik
b. Jam operasi	Baik	Baik	Tidak baik
c. Memahami kebutuhan khusus pelanggan	Baik	Baik	Tidak baik
d. Perhatian khusus pada pelanggan	Baik	Baik	Tidak baik

Sumber : Interpretasi peneliti, 2011.

Berdasarkan perbandingan pada table 9, dapat ditarik kesimpulan bahwa, pelanggan puas terhadap koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra dan pelanggan tidak puas terhadap Koperasi Kredit Rukun. Puasnya pelanggan terhadap kedua koperasi menunjukkan kinerja yang baik sehingga kepuasan anggota pun meningkat (Yazid, 2008:55). Ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan melalui pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut (Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:192):

- Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- Koperasi harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan pelayanan.
- Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.



- d. Mengembangkan dan menetapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Perbandingan dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Koperasi Dharma Karya : perlengkapan komputer, toko (barang-barang) kurang sehingga pelayanan kepada pelanggan menjadi terhambat, ruangan cukup rapi sudah dilengkapi fasilitas AC, jam operasi belum sesuai karena koperasi belum membuat jadwal yang tepat dan karyawan kurang sehingga pelayanan kepada anggota lambat tetapi setelah dilakukan penelitian hanya perlengkapan dan karyawan yang terbukti kurang sedangkan kerapian ruangan, jam operasi sudah baik.

Sebaiknya Koperasi Dharma Karya menambah perlengkapan seperti komputer, barang-barang (toko) dan karyawan agar pelayanan kepada anggota lebih lancar.

2. Koperasi Wanita Petra : perlengkapan komputer kurang sehingga pelayanan kepada anggota terhambat, toko (barang-barang) kurang sehingga pelanggan masih membeli barang-barang keperluan di tempat lain, tata ruang kurang rapi seperti pas bunga, meja, kursi belum tertata dengan baik, membeda-bedakan pelanggan yang mempunyai kedekatan dengan pengurus dan karyawan uang lebih dulu cair dan karyawan kurang sehingga pelayanan kepada pelanggan menjadi lambat tetapi setelah dilakukan penelitian hanya perlengkapan komputer, toko (barang-barang) dan karyawan yang terbukti kurang sedangkan tata ruang sudah baik dan tidak membeda-bedakan pelanggan.

Sebaiknya Koperasi Wanita Petra menambah perlengkapan seperti komputer, barang-barang (toko) dan karyawan agar pelayanan kepada anggota lebih lancar.

3. Koperasi Kredit Rukun : perlengkapan computer, tata ruang dan ruangan kurang nyaman, fisik bangunan kurang bagus, dana kurang, pelayanan saat mendaftar dan pengurusan transaksi kurang baik, informasi dan daya tanggap terhadap pertanyaan pelanggan kurang baik, membeda-bedakan pelanggan, jam operasi, penyuluhan belum dilaksanakan dengan baik tetapi setelah dilakukan penelitian ternyata terbukti memang kurang baik. Dilihat dari perlengkapan seperti komputer kurang sehingga pelayanan terhadap pelanggan menjadi terhambat dan barang-barang (toko) kurang lengkap sehingga pelanggan koperasi masih harus membeli barang-barang keperluan ke tempat lain. Tata ruang dan ruangan kurang nyaman karena ruangan belum tertata rapi seperti pas bunga, meja, kursi letak belum sesuai, ruangan belum nyaman belum dilengkapi fasilitas AC. Fisik bangunan kurang bagus karena bentuk dan desainnya kurang menarik. Dana kurang pelanggan koperasi tidak bisa pinjam uang lebih. Pelayanan saat mendaftar dan pengurusan transaksi kurang baik ini dampak kurangnya perlengkapan computer sehingga pelayanan menjadi terhambat. Informasi dan daya tanggap terhadap pertanyaan pelanggan kurang baik karena pelanggan kurang memperoleh penjelasan secara lengkap dari karyawan seperti berapa persen suku bunga, kapan batas akhir pengembalian pinjaman dan hal-hal. Koperasi juga membeda-bedakan pelanggan karena pelanggan yang mempunyai kedekatan dengan pengurus dan karyawan lebih didahulukan. Jam operasi belum sesuai karena pihak koperasi belum menyusun jadwal yang tepat. Penyuluhan belum dilaksanakan dengan baik karena koperasi kurang mengadakan pelatihan, seminar, lokakarya pada karyawan.

Sebaiknya Koperasi Kredit Rukun menambah perlengkapan yang kurang dan meningkatkan yang kurang baik dan sudah baik dipertahankan.



## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan :

1. Pelanggan puas terhadap Koperasi Dharma Karya Palembang.
2. Pelanggan puas terhadap Koperasi Wanita Petra Palembang.
3. Pelanggan tidak puas terhadap Koperasi Kredit Rukun Palembang.
4. Terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Koperasi Dharma Karya, Koperasi Wanita Petra, dan Koperasi Kredit Rukun.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi ketiga Koperasi tersebut diatas :

1. Koperasi Dharma Karya.  
Bukti langsung, ruangan dan tata ruang cukup nyaman, bangunan kantor bagus pelanggan merasa puas sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan dari perlengkapan kurang lengkap seperti komputer, toko (barang-barang) kurang persediaan pelanggan kurang puas pihak Koperasi Dharma Karya perlu menambah dan meningkatkannya, dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati pelanggan merasa puas sehingga perlu dipertahankan, kecuali jam operasi yang belum sesuai jadwal pelanggan kurang puas sehingga perlu disesuaikan dan ditingkatkan.
2. Koperasi Wanita Petra.  
Bukti langsung, ruangan cukup nyilintas AC, bangunan kantor bagus pelanggan merasa puas pihak Koperasi Wanita Petra mempertahankannya. Perlengkapan kurang lengkap seperti komputer, toko (barang-barang) kurang persediaan pelanggan kurang puas pihak Koperasi Wanita Petra perlu menambah dan meningkatkannya, dari Kehandalan, Daya tanggap pelanggan merasa puas kecuali mbedada-bedakan pelanggan, pelanggan kurang puas perlu diperbaiki, Jaminan dan Empati pelanggan merasa puas pihak Koperasi perlu mempertahankannya.
3. Koperasi Kredit Rukun.  
Kejujuran karyawan koperasi sudah baik pelanggan merasa puas, pelayanan pada saat mendaftar, ketepatan janji, prosedur pengurusan transaksi tidak baik pelanggan merasa kurang puas sehingga pihak Koperasi yang sudah baik perlu dipertahankan dan yang kurang baik perlu ditingkatkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Azuarjuliandi. 2010. *Uji Hipotesis* (online) ( <http://azuarjuliandi.com>, diakses 30 Oktober 2010).
- Bilson Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Evi Wahyuni. 2006. *Perbandingan Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap The Botol Sosro*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Jakarta : Universitas Gunadarma.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi.
- Husein Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purnomo dan Setio. 2009. *Perbedaan Gap Untuk Menguji Kualitas Pelayanan Koperasi Unit Desa Tenggak I Sragen Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Alih Bahasa : Benyamin Molan*. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani . 2009. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rahmad Sutrisno dan Dona Eka Putri. 2007. *Perbedaan Kepuasan Mahasiswi Pengguna Kartu Sellular Teknologi GSM*. Tesis Tidak Dipublikasikan. Jakarta : Universitas Gunadarma.
- Sugiyono. 2002. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sudjana. 2002. *Metode Statistik*. Bandung : Transito.
- Siradjuddin Noor. 2006. *Mengukur Kepuasan Pelanggan* (online)(<http://wordpress.Triatmojo.com>, diakses 4 Nopember 2010).
- Subandi. 2010. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung : CV Alfabeta.
- .Triatmojo. 2010. *Kepuasan Pelanggan Article of Interest* (online) (<http://wordpress.Triatmojo.com>, diakses 4 Nopember 2010).
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : Ekonisia.