

Sosialisasi Peningkatan Kualitas Pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19, Bekasi

Ktut Silvanita¹, Arko Pujadi², Saut Pane³ Norman Edy⁴, Rini Yulia⁵

¹Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

^{2,3,4,5}Universitas Jayabaya, Jakarta, Indonesia

E-mail: ktut.silvanita@uki.ac.id; arkopujadi@yahoo.com; sautpane@gmail.com

Abstrak

Kemajuan usaha koperasi tidak lepas dari pola manajemen, jenis dan bentuk, permodalan, keaktifan anggota, dan lainnya. Oleh karena itu, sebuah koperasi perlu mengetahui apakah koperasi yang dijalankannya telah melaksanakan pola manajemen yang baik dan menghasilkan kinerja yang baik serta memenuhi harapan dari anggotanya. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan merupakan sosialisasi dari hasil survey tentang kinerja pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19 terhadap harapan warga Graha Harapan RW 19 Perumahan Graha Harapan, Kelurahan Mustika Jaya, Bekasi Timur. Dengan mengetahui pendapat anggota dan masyarakat yang terlibat dalam aktivitas koperasi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya dan dapat memenuhi harapan dari pelanggannya. Metode yang digunakan adalah dengan mendeskripsikan kinerja pelayanan, mendeskripsikan kepuasan terhadap pelayanan, dan menganalisisnya dengan menggunakan diagram kartesius. Berdasarkan diagram selanjutnya menghasilkan rekomendasi bagi pengembangan Koperasi Harapan Sejahtera-19. Masukan bagi pengurus yang perlu mendapat perhatian adalah tentang kejelasan informasi terkait kinerja koperasi (Kuadran A), dan prosedur dan persyaratan pinjaman yang dianggap terlalu ketat, untuk diperlonggar atau dipermudah.

Kata Kunci: Koperasi; kualitas pelayanan; kepuasan pelayanan.

Abstract

The progress of the cooperative business is influenced by the management pattern, type of the business, capital, activity of its members, and others. Therefore, a cooperative needs to know whether the cooperative implemented a good management pattern and produces good performance, and meets the expectations of its members. This Community Service (PkM) activity is a socialization of the results of a survey on the service performance of the Cooperative of Harapan Sejahtera-19 towards the expectations of the residents of RW 19 Graha Harapan Housing, Mustika Jaya Village, East Bekasi. By knowing the opinions of the members and the community involved in the cooperative's activities, then the cooperative can improve its performance to meet the expectations of its customers. The method is to describe service performance and service satisfaction, then analyze them using a Cartesian diagram. Based on the diagram, then produces recommendations for the development of the Cooperative of Harapan Sejahtera-19. Input for cooperative management is about clarity of information related to cooperative performance as well as easier loan procedures and requirements.

Keywords: Cooperative; service performance; services satisfaction.

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan di Koperasi Harapan Sejahtera-19 merupakan kegiatan lanjutan dari PkM sebelumnya, dimana pada kegiatan sebelumnya dilakukan survey kepuasan pelanggan koperasi kepada warga RW 19 Perumahan Graha Harapan, Kelurahan Mustika Jaya, Bekasi Timur.

Kemajuan usaha koperasi tidak lepas dari pola manajemen, jenis dan bentuk, permodalan, keaktifan anggota, dan lainnya (Sattar, 2020). Tujuan *survey* adalah untuk memperoleh umpan balik terkait kinerja pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19 terhadap harapan warga Graha Harapan RW 19.

KAJIAN LITERATUR

a. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan atas sesuatu (Philip Kotler, 2019). Karakteristik pelayanan terdiri dari:

1. Pelayanan Tidak Berwujud (*intangibility*)

Yaitu pelayanan yang tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan didengar atau diketahui sebelum pelayanan tersebut dialami/ dikonsumsi.

2. Pelayanan tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Yaitu pelayanan yang dihasilkan dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, dan tidak dapat dipisahkan.

3. Pelayanan Beragam (*heterogeneity*)

Yaitu pelayanan yang beragam, tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan.

4. Pelayanan tidak tahan lama (*perishability*)

Yaitu pelayanan yang tidak dapat disimpan, dimasukkan dalam gudang atau tidak dapat dijadikan persediaan.

b. Kualitas Pelayanan

Yang dimaksud kualitas pelayanan adalah kemampuan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan Lebih lanjut Philip Kotler menyebutkan, hal-hal yang termasuk dalam dimensi kualitas pelayanan antara lain:

1. Bukti fisik (*tangibles*)

Meliputi aspek-aspek yang dapat diamati dan diraba, seperti fasilitas fisik, peralatan, dan personel.

2. Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan melakukan pelayanan yang sesuai dengan standar umum dan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

3. Tanggapan (*responsiveness*)

Berkaitan dengan kecepatan tanggapan dari petugas dalam menangkap setiap aspirasi yang muncul dari pelanggan.

4. Kepastian (*assurance*)

Berkaitan dengan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang menimbulkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan.

5. Kepedulian (*empathy*)

Berkaitan dengan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan.

c. Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah suatu indikasi bagaimana menyenangkan individu dan Lembaga dengan merek atau sesuatu hal yang ditawarkan. Biasanya kepuasan relatif terhadap harapan pengguna akan merek dan hal

yang ditawarkan tersebut, Paul Hague et al (2016: p.257).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ditujukan khususnya kepada pengurus dan anggota Koperasi Harapan Sejahtera-19.

Pengurus, anggota, dan bukan anggota menjadi populasi, sekaligus sampling dan sumber data primer. Sampling dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Hal ini dilakukan mengantisipasi banyaknya alasan yang mungkin terjadi, karena bepergian liburan, tidak ada waktu, tidak peduli, tidak mengerti pertanyaan, dll. Hal ini normal dan wajar terjadi menurut Sue Greener (2018: p71).

Metode yang digunakan adalah kegiatan sosialisasi hasil survey terkait kinerja atau kualitas layanan koperasi dengan harapan atau kepentingan anggota dan warga yang ikut merasakan manfaat dari keberadaan koperasi tersebut. Survey telah dilakukan pada kegiatan PkM sebelumnya di kelompok yang sama dengan menyebarkan kuesioner kepada anggota Koperasi Harapan Sejahtera-19 dan non-anggota, dan diperoleh sebanyak 95 responden.

Hasil kuesioner dianalisis dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan kinerja pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19 dengan menggunakan tabulasi silang.
- 2) Mengukur kepuasan warga terhadap pelayanan koperasi melalui kesesuaian antara kinerja pelayanan dengan harapan warga. Pengukuran tingkat kepuasan ini menggunakan teknik analisis yang diperkenalkan oleh J. Supranto, 2011: p.243.
- 3) Standarisasi pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19 digambarkan dengan Diagram Kartesius.

Selanjutnya hasil survey ditampilkan dalam format presentasi Power Point serta lembaran hasil survey yang dibagikan kepada peserta.

Metode sosialisasi hasil survey bertujuan untuk memberikan umpan balik kepada pengurus dan anggota koperasi serta warga sekitar, terkait layanan koperasi. Dengan demikian diharapkan menimbulkan kesadaran pengurus dan anggota koperasi untuk meningkatkan pelayanannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil Koperasi

Koperasi Harapan Sejahtera-19 adalah koperasi warga di Perumahan Graha Harapan RW 19, kelurahan Mustika Jaya, Bekasi Timur. Koperasi tersebut mulai beroperasi pada bulan April tahun 2019 dengan dukungan terutama dari ibu-ibu PKK melalui arisan RW yang rutin dilaksanakan setiap tanggal 10 setiap bulannya. Jenis koperasi adalah koperasi simpan-pinjam. Pendirian koperasi tersebut bertujuan untuk membantu warga RW 19 Perumahan Graha Harapan agar terhindar dari rentenir. Selain usaha simpan-pinjam, koperasi tersebut juga melakukan kegiatan lain seperti penjualan sembako, makanan siap saji serta barang-barang yang dibutuhkan oleh warga, dengan perkataan lain menjual barang kebutuhan konsumen atau warga Graha Harapan. Anggota koperasi perumahan Graha Harapan yang akan memasarkan produknya bisa melalui koperasi dengan memberikan jasa secara sukarela. Uang jasa tersebut dikumpulkan dan akan dikembalikan lagi kepada anggota sebagai keuntungan atau sisa hasil usaha yang dibagikan. Prinsip koperasi adalah dari warga, oleh warga, dan untuk kesejahteraan warga.

b. Pemaparan Hasil Survey

i. Profil Responden

Dari 95 responden terdapat dua responden yang tidak mengisi pertanyaan terkait gender, sehingga diperoleh informasi bahwa responden terdiri dari 16,8% laki-laki dan 81,1% perempuan. Usia responden berada pada kisaran 23 – 68 tahun. Profil responden dijelaskan pada Tabel 1.

Sedangkan tingkat Pendidikan, jenis pekerjaan, penghasilan per bulan, dan keanggotaan koperasi seperti ditunjukkan pada Tabel 2,3,4, dan 5.

Tabel 1. Profil Responden

Gender			
	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	16	16.8	16.8
Perempuan	77	81.1	97.9
Tidak Menjawab	2	2.1	100.0
Total	95	100.0	

Usia dan Jumlah Keluarga				
	N	Minimum	Maximum	Mean
Usia	93	23	68	48.03
Jumlah Keluarga	92	1	8	4.36
Valid N (listwise)	90			

Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

Tabel 2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan			
	Frequency	Percent	Cumulative Percent
SLTA	48	50.5	50.5
Akademi	20	21.1	71.6
Sarjana	23	24.2	95.8
Pascasarjana	2	2.1	97.9
Tidak Menjawab	2	2.1	100.0
Total	95	100.0	

Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

Tabel 3. Jenis Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Pegawai Negeri	4	4.2	4.2
Pegawai Swasta	30	31.6	35.8
Wirausaha	31	32.6	68.4
Profesional	12	12.6	81.1
Ibu Rumah Tangga	12	12.6	93.7
Tidak Menjawab	6	6.3	100.0
Total	95	100.0	

Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

Tabel 4. Penghasilan per Bulan

Pendapatan per Bulan

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Kurang dari Rp. 3 Juta	19	20.0	20.0
Rp. 3 Juta - Rp 5 Juta	22	23.2	43.2
Rp. 5 Juta - Rp. 7 Juta	23	24.2	67.4
Lebih dari Rp. 7 Juta	26	27.4	94.7
Tidak Menjawab	5	5.3	100.0
Total	95	100.0	

Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

Tabel 5. Keanggotaan Koperasi

Alasan Menjadi Anggota

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Partisipasi/Gotong-royong	14	43.8	43.8
Bermanfaat	14	43.8	87.5
Antisipasi Pinjol/Bankel	3	9.4	96.9
Sarana Silaturahmi	1	3.1	100.0
Total	32	100.0	

Alasan Tidak/Belum Menjadi Anggota

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Belum perlu/tertarik	11	55.0	55.0
Belum sempat	7	35.0	90.0
Legalitas koperasi	1	5.0	95.0
Ragu terkait hukum agama	1	5.0	100.0
Total	20	100.0	

Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

ii. Kinerja Pelayanan dan Harapan

Seperti dijelaskan pada pendahuluan, kinerja pelayanan dan harapan/kepuasan warga atas pelayanan yang dinilai adalah:

- Dimensi fisik (*tangibles*), berupa tempat pertemuan, tempat pelayanan, besaran pinjaman, dan fasilitas pemasaran.
- Dimensi kehandalan (*reliability*), berupa persyaratan simpan-pinjam, persyaratan pemasaran, pengetahuan simpan-pinjam, dan pengetahuan pemasaran.
- Dimensi tanggapan (*responsiveness*),
- Dimensi kepastian (*assurance*), dan
- Dimensi kepedulian (*emphaty*).

Hasil dari ke-lima dimensi kinerja pelayanan dan harapan warga, ditunjukkan dalam Tabel 6. s.d. Tabel 11.

Tabel 6. Kinerja Pelayanan – Bukti Fisik

		Kinerja				
		Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	Total
Bukti Fisik (Tangibles)	Tempat pertemuan	3	26	50	14	93
		3.2%	28.0%	53.8%	15.1%	100.0%
	Tempat pelayanan	3	24	48	18	93
		3.2%	25.8%	51.6%	19.4%	100.0%
	Besaran pinjaman	5	35	45	5	90
	5.6%	38.9%	50.0%	5.6%	100.0%	
	Fasilitas pemasaran	7	32	45	5	89
		7.9%	36.0%	50.6%	5.6%	100.0%
Total		18	117	188	42	365
		4.9%	32.1%	51.5%	11.5%	100.0%

Tabel 7. Kinerja Pelayanan – Kehandalan

		Kinerja				Total
		Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Kehandalan (Reliability)	Persyaratan simpan-pinjam	2	21	50	20	93
		2.2%	22.6%	53.8%	21.5%	100.0%
	Persyaratan pemasaran	3	29	48	13	93
		3.2%	31.2%	51.6%	14.0%	100.0%
Pengetahuan simpan-pinjam		3	20	47	24	94
		3.2%	21.3%	50.0%	25.5%	100.0%
Pengetahuan pemasaran		4	23	43	23	93
		4.3%	24.7%	46.2%	24.7%	100.0%
Total		12	93	188	80	373
		3.2%	24.9%	50.4%	21.4%	100.0%

Tabel 8. Kinerja Pelayanan – Tanggapan

		Kinerja					Total
		Tidak Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Tanggapan (Responsiveness)	Kecepatan pelayanan	0	4	16	49	24	93
		0.0%	4.3%	17.2%	52.7%	25.8%	100.0%
	Tanggapan thd keluhan	1	1	21	48	20	91
		1.1%	1.1%	23.1%	52.7%	22.0%	100.0%
Total		1	5	37	97	44	184
		0.5%	2.7%	20.1%	52.7%	23.9%	100.0%

Tabel 9. Kinerja Pelayanan - Kepastian

		Kinerja				Total
		Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Kepastian (Assurance)	Kejelasan informasi	4	27	44	17	92
		4.3%	29.3%	47.8%	18.5%	100%
	Kepastian pelayanan	3	26	49	13	91
		3.3%	28.6%	53.8%	14.3%	100%
	Kesesuaian dgn yang dijanjikan	5	26	48	13	92
		5.4%	28.3%	52.2%	14.1%	100%
Total		12	79	141	43	275
		4.4%	28.7%	51.3%	15.6%	100%

Tabel 10. Kinerja Pelayanan – Kepedulian

Kepedulian * Kinerja Crosstabulation

		Kinerja				Total
		Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Kepedulian (Empathy)	Keramahan petugas	4 4.3%	13 14.0%	40 43.0%	36 38.7%	93 100.0%
	Kepedulian thd anggota	3 3.3%	18 19.6%	49 53.3%	22 23.9%	92 100.0%
Total		7 3.8%	31 16.8%	89 48.1%	58 31.4%	185 100.0%

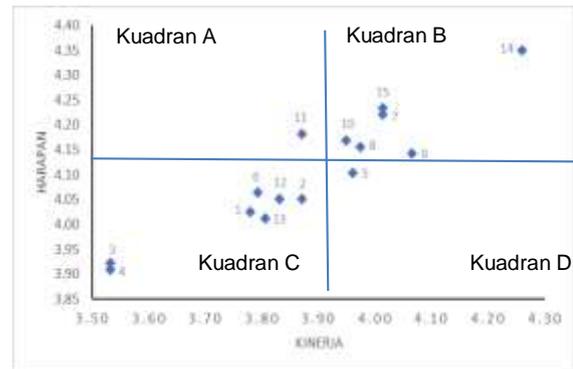
Tabel 11. Jumlah Skor dan Rata-Rata- Kinerja dan Harapan

No	Unsur Pelayanan	Jumlah Skor		Rata-rata	
		Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan
1	Tempat pertemuan	291	310	3.78	4.03
2	Tempat pelayanan	298	312	3.87	4.05
3	Besaran pinjaman	272	302	3.53	3.92
4	Fasilitas pemasaran	272	301	3.53	3.91
5	Persyaratan simpan-pinjam	305	316	3.96	4.10
6	Persyaratan pemasaran	292	313	3.79	4.06
7	Pengetahuan simpan-pinjam	309	325	4.01	4.22
8	Pengetahuan pemasaran	306	320	3.97	4.16
9	Kecepatan pelayanan	313	319	4.06	4.14
10	Tanggapan thd keluhan	304	321	3.95	4.17
11	Kejelasan informasi	298	322	3.87	4.18
12	Kepastian pelayanan	295	312	3.83	4.05
13	Kesesuaian dgn yg dijanjikan	293	309	3.81	4.01
14	Keramahan petugas	328	335	4.26	4.35
15	Kepedulian thd anggota	309	326	4.01	4.23
Rata-rata				3.88	4.11

Sumber: Semua data diolah dari data Primer survey, 2022

iii. Diagram Kartesius

Hasil pengukuran dari dua variable kualitas pelayanan dan kepuasan atas pelayanan, selanjutnya dilakukan pengukuran rata-rata dan dibandingkan untuk memperoleh nilai masing-masing indicator dalam diagram kartesius, seperti ditunjukkan pada Tabel 16. selanjutnya dipetakan dalam Gambar 1.



Sumber: Diolah dari data Primer survey, 2022

Gambar 1. Diagram Kartesius

- Kuadran A
 - Kinerja pelayanan di bawah standar, padahal pelayanan tersebut dinilai penting oleh warga (harapannya tinggi).
 - Unsur pelayanan yang berada pada kuadran ini adalah: kejelasan informasi (11).
 - Rekomendasi: tingkatkan kinerja.

- Kuadran B
 - Kinerja pelayanan di atas standar, dan pelayanan tersebut dinilai penting oleh warga (harapannya tinggi).
 - Unsur pelayanan yang berada pada kuadran ini adalah: pengetahuan simpan-pinjam (7), pengetahuan pemasaran (8), kecepatan pelayanan (9), tanggapan terhadap keluhan (10),

keramahan petugas (14), dan kepedulian terhadap anggota (15).

- o Rekomendasi: pertahankan kinerja.
- Kuadran C
 - o Kinerja pelayanan di bawah standar, namun pelayanan tersebut dinilai kurang penting oleh warga (harapannya rendah).
 - o Unsur pelayanan yang berada pada kuadran ini adalah: tempat pertemuan (1), tempat pelayanan (2), besaran pinjaman (3), fasilitas pemasaran (4), prosedur dan persyaratan pemasaran (6), kepastian pelayanan (12), dan kesesuaian dengan yang dijanjikan (13).
 - o Rekomendasi: pertahankan/tingkatkan kinerja.
- Kuadran D
 - o Kinerja pelayanan di atas standar, padahal pelayanan tersebut dinilai kurang penting oleh warga (harapannya rendah).
 - o Unsur pelayanan yang berada pada kuadran ini adalah: prosedur dan persyaratan simpan pinjam (5).
 - o Rekomendasi: evaluasi kembali kinerja pelayanan.

Dari keempat kuadran hasil yang menjelaskan kinerja pelayanan koperasi terhadap harapan warga, dimensi yang termasuk dalam uadran A dan D perlu mendapat perhatian bagi pengurus koperasi. Pada kuadran A, kinerja pelayanan koperasi lebih rendah dari harapan warga (anggota dan non-anggota), yaitu terkait kejelasan informasi. Bahwa warga berharap pengurus koperasi dapat memberikan informasi yang terbuka sehingga semakin banyak warga yang dapat berpartisipasi dalam setiap kegiatan koperasi.

Hasil dalam kuadran D menjelaskan persepsi anggota dan non-anggota bahwa prosedur dan persyaratan administrasi simpan-pinjam yang diterapkan terlalu ketat seperti layaknya pinjaman ke bank. Hal itu dinilai memberatkan dan tidak sesuai dengan harapan anggota yang berencana untu melakukan pinjaman.





SIMPULAN

Hasil survey tentang kinerja pelayanan Koperasi Harapan Sejahtera-19 menunjukkan bahwa pada umumnya telah baik, sehingga disarankan untuk dipertahankan dan ditingkatkan. Masukan bagi pengurus yang perlu mendapat perhatian adalah tentang kejelasan informasi terkait kinerja koperasi (Kuadran A), dan prosedur dan persyaratan pinjaman yang dianggap terlalu ketat, untuk diperlonggar atau dipermudah.

Beberapa saran warga untuk meningkatkan kualitas pelayanan koperasi antara lain:

1. Menyediakan kebutuhan rumah tangga dan sembako
2. Sosialisasi untuk menarik warga menjadi anggota
3. Update perkembangan dan transparansi pengelolaan
4. Modal koperasi dan besaran pinjaman ditingkatkan
5. Prosedur dan persyaratan pinjaman dipermudah
6. Disediakan tempat untuk berjualan
7. Legalitas koperasi untuk jaminan keamanan dan kepastian
8. Mengembangkan koperasi syariah
9. Memanfaatkan teknologi informasi (online) untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada warga dan pengurus RW 19 Perumahan Graha Hatapan, Khususnya pengurus Koperasi Harapan Sejahtera 19 Mustika Jaya, Bekasi Timur atas terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

REFERENSI

- Gereener, Sue., and Martelli, Joe., An Introduction to Business Research Methods. 2018 3rd Edition. Sheffield Business School, Sheffield Hallam University. South Yorkshire, England.
- Ghozali, I. (2016). "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi*". In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/10.2307/1579941>.
- Hague, Paul., Cupman, Julia., Harrison, Matthew., and Truman, Oliver. 2016 (Third Edition). *Market Research In Practice An Introduction to Gaining Greater Market Insight*. By Kogan Page Limited in Great Britain and United States.
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2019). *Principles of Marketing* (Seventeenth). British Library Cataloguing in Publication Data.
- Sattar. Buku Ajar Ekonomi Koperasi. 2020 ISBN: SCOOP203526.
- PT.Gramedia. Jakarta.
- Stanton, William J. Michael J. Etzel and Bruce J. Walker, 2019, *Fundamentals of Marketing*, Tenth Edition, Mc Graw-Hill International, Singapore.
- Sugiyono. (2017). "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Bandung: PT Alfabet.
- Supranto, J. (2011). "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan". Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2019). "*Strategi Pemasaran (Edisi Pert)*". Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, M. S. (2016). "*Buku Ajar Aplikasi Analisis Kuantitatif*". Satra Utama.