

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan seperti perbankan memiliki peranan penting bagi aktifitas perekonomian. Peran strategis perbankan tersebut merupakan wahana yang mampu menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien ke arah peningkatan taraf hidup rakyat.

Saat ini, di dalam perekonomian terdapat perusahaan atau badan usaha yang bergerak di dalam perkumpulan orang-orang yang disebut Koperasi. Badan usaha koperasi sesuai dengan sifat bangsa Indonesia yang suka bekerjasama dengan bergotong-royong. Pada awal kemerdekaan, koperasi berfungsi untuk mendistribusikan keperluan masyarakat sehari-hari di bawah Jawatan Koperasi, Kementerian Kemakmuran.

Di Indonesia, ada dua jenis koperasi yang berkembang, yaitu koperasi konvensional dan koperasi syariah. Dalam dasarnya koperasi syariah tidak jauh berbeda dengan koperasi konvensional, yaitu asas usaha koperasi syariah berdasarkan konsep gotong royong dan tidak dimonopoli oleh salah seorang pemilik modal. Begitu pula dalam keuntungan yang diperoleh maupun kerugian yang diderita harus dibagi secara sama dan proporsional.

Koperasi syariah merupakan sebuah konversi dari koperasi konvensional melalui pendekatan yang sesuai dengan syariat Islam dan peneladanan ekonomi yang dilakukan Rasulullah dan para sahabatnya. Konsep utama operasional

Koperasi syariah adalah menggunakan akad *Syirkah Mufawadhoh* yakni sebuah usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dalam porsi yang sama besar dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula. Masing-masing *partner* saling menanggung satu sama lain dalam hak dan kewajiban. Selain itu tidak diperkenankan salah seorang memasukkan modal yang lebih besar dan memperoleh keuntungan yang lebih besar pula dibanding dengan *partner* lainnya¹.

Dalam pengembangan suatu koperasi, hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pelanggan. Menurut pendapat Kotler, mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). Day mendefinisikan kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sedangkan menurut Zikmund, McLeod dan Gilbert, kepuasan

¹ Nur S,Buchori. 2009. Koperasi Syariah. Kelompok Masmadia Buana Pustaka, Sidoarjo hal. 15-16.

didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya².

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan koperasi akan sangat berdampak kepada penilaian kepuasan pelanggan koperasi tersebut. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat diutamakan dalam suatu transaksi. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor dari kemajuan koperasi tersebut.

Kualitas jasa atau pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan³. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk⁴.

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan inilah yang merupakan hal yang sangat penting dalam transaksi di suatu koperasi. Pelanggan yang merasa puas akan pelayanan karyawan koperasi akan memberikan respon yang positif terhadap kegiatan transaksi yang sedang berlangsung. Kepercayaan terhadap suatu organisasi, dalam hal ini koperasi juga akan timbul bila kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.

² Putriandari, Aulia S. dan Idris. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy di Semarang". Program Sarjana. Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP. Semarang. Hal 5

³ Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, hal.153-165

⁴ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. Service Quality Satisfaction. Penerbit Andi. Yogyakarta. Hal 121.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Kotler mengemukakan empat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*⁵.

Dalam salah satu studi disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas layanan *Service Quality* (SERVQUAL), yaitu *Responsivness* merupakan daya tanggap atau kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, *Assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan, *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen, dan *Tangibles* adalah bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen⁶. Keempat dimensi kualitas layanan inilah yang dapat dijadikan acuan sebagai gambaran apakah konsumen atau pelanggan memiliki kepuasan terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Pada penelitian ini, Koperasi syariah karyawan dosen UNISBA yang sering disebut KOPSYAKARDOS UNISBA merupakan lokasi strategis yang

⁵ Putriandari, Aulia S. dan Idris. Op.cit. Hal 5-7

⁶ Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 2001. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press. New York hal 124.

akan digunakan dalam penelitian. KOPSYAKARDOS UNISBA mempunyai beberapa kelebihan, yaitu dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan/kredit, prosedur sederhana dan kantor mudah dijangkau, mengedepankan prinsip bagi hasil yang halal, menawarkan imbalan investasi yang berbasis pada ajaran Islam, serta yang paling utama mengedepankan prinsip kemitraan, keterbukaan, dan kepuasan pelanggan menjadi komitmen pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA.

Masalah pelayanan dalam KOPSYAKARDOS UNISBA sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan, maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Komitmen pelayanan yang dimiliki oleh KOPSYAKARDOS UNISBA perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma dalam pelayanan. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi KOPSYAKARDOS UNISBA itu sendiri.

Pelayanan yang diberikan oleh KOPSYAKARDOS mulai mengucapkan senyum, salam, sapa, dll. Dari tahapan pelayanan yang memberikan masih ada beberapa tahapan yang belum dilakukan seperti memberikan informasi yang kurang jelas. Hal tersebut dapat dilihat dengan presentase SHU total yang dilakukan oleh anggota. SHU tersebut menjadi tolak ukur karena jika anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka anggota akan melakukan transaksi secara rutin sehingga memiliki SHU total dengan nominal yang besar, yaitu lebih dari Rp 500.000,00. Total anggota koperasi yang memiliki status karyawan sebanyak 157 orang (lampiran 1a) sedangkan anggota koperasi

karyawan yang memiliki SHU total lebih dari Rp 500.000,00 sebanyak 44 sehingga dapat dilihat bahwa kurang 50% anggota belum memiliki kepuasan terhadap pelayanan koperasi. Dari masalah tersebut peneliti ingin melihat lebih dalam lagi sejauh mana tingkat kepuasan anggota yang dilihat dari kualitas pelayanan koperasi tersebut.

Melihat dari segi pemikiran dan pemahaman tentang KOPSYAKARDOS UNISBA yang mengutamakan segi kepuasan pelanggan tersebut, maka dengan ini penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam yang dituangkan dalam judul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KOPERASI SYARIAH KARYAWAN DAN DOSEN UNISBA.”

B. Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang di atas dan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan fokus pada permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di KOPSYAKARDOS UNISBA?
2. Bagaimana tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA terhadap kepuasan anggota KOPSYAKARDOS UNISBA?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA terhadap pelayanan anggota KOPSYAKARDOS UNISBA.

D. Kerangka Pemikiran

Dalam Islam, koperasi tergolong sebagai syirkah/syarikah. Lembaga ini adalah wadah kemitraan, kerjasama, kekeluargaan, dan kebersamaan usaha yang sehat, baik, dan halal. Penekanan manajemen usaha dilakukan secara musyawarah (Syuro) sesama anggota dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) dengan melibatkan seluruhnya potensi anggota yang dimilikinya. Sebagaimana firman Allah SWT.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“.....Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, Allah amat berat siksaannya “. (Q.S Al Maidah : 2)⁷.

Berdasarkan pada ayat Al-quran diatas kiranya dapat dipahami bahwa tolong-menolong dalam kebajikan dan dalam ketakwaan dianjurkan oleh

⁷Al-Qur'an, 2005. Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta, hlm. 106

Allah.koperasi merupakan tolong menolong, kerja sama, dan saling menutupi kebutuhan. Menutupi kebutuhan dan tolong menolong kebajikan adalah salah satu wasilah untuk mencapai ketakwaan yang sempurna (*haqa tuqatih*)

Di dalam Kitabullah, Allah berfirman :

فَهُمْ شُرَكَاءٌ فِي الثُّلُثِ

“Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga.”(Q.S An- Nisa: 12)⁸.

وَإِنْ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

“Dan sesungguhnya kebanyakan orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal shaleh; dan amat sedikitlah mereka itu.” (Q.S Saad :24)⁹.

Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu

'alaihi wa Sallam bersabda,

(قَالَ اللَّهُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخْنِ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ, فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا) رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ, وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

"Allah berfirman: Aku menjadi orang ketiga dari dua orang yang bersekutu selama salah seorang dari mereka tidak berkhianat kepada temannya. Jika ada yang berkhianat, aku keluar dari (persekutuan) mereka." Riwayat Abu Dawud dan dinilai shahih oleh Hakim¹⁰.

⁸ *Ibid*, hal. 79

⁹ *Ibid*, hal. 454

¹⁰ Al-Asqalani, Ibn Hajar. 2010. *Bulugul Maram Panduan Lengkap Masalah-Masalah Fiqih, Akhlak, dan Keutamaan Amal*, Penerjemah : Irfan Maulana Hakim. Penerbit Khazanah PT. Mizan Pustaka, Bandung hal. 358

Sebagian ulama menganggap koperasi (Syirkah Ta'awunyah) sebagai akad mudharabah, yakni suatu perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih, di satu pihak menyediakan modal usaha, sedangkan pihak lain melakukan usaha atas dasar *profit sharing* (membagi keuntungan) menurut perjanjian, dan di antara syarat sah mudharabah itu ialah menetapkan keuntungan setiap tahun dengan persentasi tetap, misalnya 1% setahun kepada salah satu pihak dari mudharabah tersebut. itu termasuk mudharabah atau qiradh, dengan ketentuan tersebut di atas (menetapkan persentase keuntungan tertentu kepada salah satu pihak dari mudharabah), maka akad mudharabah itu tidak sah (batal), dan seluruh keuntungan usaha jatuh kepada pemilik modal, sedangkan pelaksana usaha mendapat upah yang sepadan atau pantas.

Sedangkan Mahmud Syaltut tidak setuju dengan pendapat tersebut, sebab Syirkah Ta'awunyah tidak mengandung unsur mudharabah yang dinimuskan oleh fuqaha. Sebab Syirkah Ta'awunyah, modal usahanya adalah dari sejumlah anggota pemegang saham, dan usaha koperasi itu dikelola oleh pengurus dan karyawan yang dibayar oleh koperasi menurut kedudukan dan fungsinya masing-masing. Kalau pemegang saham turut mengelola usaha koperasi itu, maka ia berhak mendapat gaji sesuai dengan sistem penggajian yang berlaku. Menurut Muhammad Syaltut, koperasi merupakan syirkah baru yang diciptakan oleh para ahli ekonomi yang dimungkinkan banyak sekali manfaatnya, yaitu membagi keuntungan kepada para anggota pemilik saham, membagi lapangan kerja kepada para karyawannya, memberi bantuan keuangan dan sebagian hasil koperasi untuk mendirikan tempat ibadah, sekolah dan sebagainya.

Dengan demikian jelas, bahwa dalam koperasi ini tidak ada unsur kezaliman dan pemerasan (eksploitasi oleh manusia yang kuat/kaya atas manusia yang lemah/miskin).Pengelolaannya demokratis dan terbuka (*open management*) serta membagi keuntungan dan kerugian kepada para anggota menurut ketentuan yang berlaku yang telah diketahui oleh seluruh anggota pemegang saham.Oleh sebab itu, koperasi itu dapat dibenarkan oleh Islam.

Tolong menolong merupakan perbuatan terpuji menurut agama Islam.Salah satu bentuk tolong-menolong adalah mendirikan kopersai, maka mendirikan dan menjadi anggota koperasi merupakan salah satu perbuatan terpuji menurut agama Islam.

Kegiatan tolong menolong tidak hanya dilihat dari beberapa produk yang ditawarkan saja, tetapi nilai kepuasan pelanggan merupakan suatu kegiatan tolong menolong yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan koperasi. Hal ini didasari oleh beberapa unsur yang terdapat dalam kualitas pelayanan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau disebut juga sebagai *Service Quality* (SERVQUAL), yaitu ¹¹:

a. *Tangibles* / Bukti langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan

¹¹Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. Op.cit. hal 124.

fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

b. *Reliability* / Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

c. *Responsiveness* / Ketanggapn

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. *Assurance* / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain

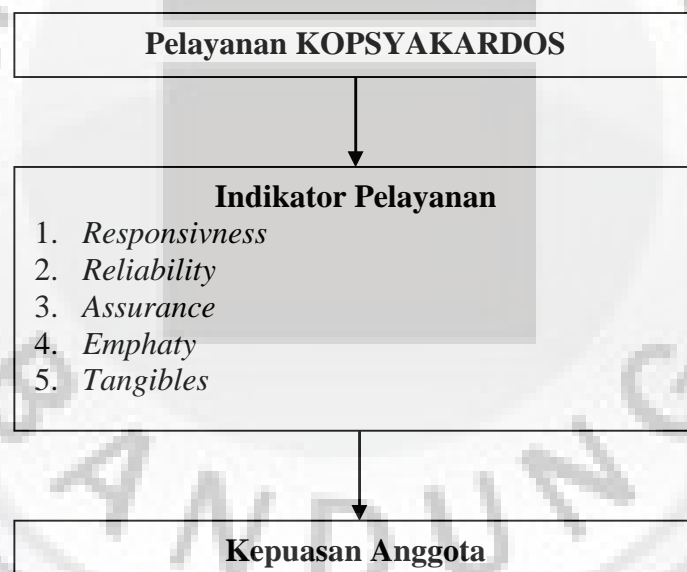
e. *Emphaty* / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa keberlangsungan kegiatan koperasi syariah tidak hanya dapat didasari oleh syariat Islam yang

dipakai dalam pemasaran produk saja. Namun, kepuasan pelanggan dalam mendapatkan informasi yang lengkap, tepat, dan akurat juga menjadikan nilai penting dalam pelaksanaan transaksi. Kepuasan inilah yang akan menjadikan pelanggan memiliki rasa aman dan nyaman terhadap KOPSYAKARDOS UNISBA sehingga pelanggan juga dapat memiliki kepercayaan penuh dalam mengikuti produk yang ditawarkan oleh KOPSYAKARDOS UNISBA.

Dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel yang lengkap dari kepuasan pelanggan KOPSYAKARDOS UNISBA dapat digambarkan secara skematis dengan:



Gambar 1. Skema hubungan antara variabel kepuasan anggota di KOPSYAKARDOS UNISBA

E. Metode dan Teknik Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode-metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat¹².

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai suatu alat pengumpulan data yang pokok. Dalam penelitian survei ini informasi dikumpulkan menggunakan kuesioner. Umumnya pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi yang mewakili seluruh populasi¹³.

2. Sumber Data

Sumber data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini terdiri atas :

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber, dan melakukan wawancara dengan dosen dan karyawan yang menjadi anggota KOPSYAKARDOS.

b. Data sekunder

Yaitu data-data yang digunakan untuk mendukung data primer, seperti dokumen dan catatan-catatan perusahaan, literatur, artikel, jurnal, tulisan

¹² Nawawi, 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta. hal. 64

¹³ Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES. Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan. Jakarta. hal 3.

ilmiah yang dianggap relevan dengan topik penelitian, data-data yang bersumber dari internet yang dianggap berhubungan dengan penelitian dan data-data yang bersumber dari studi kepustakaan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung metode yang digunakan di atas, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang diperlukan sehubungan dengan penelitian berupa dokumen atau catatan-catatan tentang anggota koperasi syariah.
- b. Wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait yang ada di koperasi.
- c. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dan bahan-bahan yang berasal dari pustaka, yaitu buku-buku dan literatur yang sesuai dengan masalah yang akan dibahas sebagai dasar teori yang digunakan.

F. Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X)¹⁴.

2. Variabel Intervening (*Intervening variable*)

Menurut Tuckman, variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah kepuasan pelanggan (Y)¹⁵.

¹⁴ Sugiono. 2006. Metode Penelitian Pendidikan. Alfabeta. Bandung. Hal 62

¹⁵ Ibid. Hal 62

Tabel 1.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Sub Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran	Jenis Data
Kualitas Pelayanan (Wisnalmawati, 2005)	Kualitas jasa atau pelayanan adalah tingkat keunggulaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulaan untuk memenuhi keinginan pelanggan.	Penelitian deskriptif kuantitatif	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernyataan tentang kecepatan pelayanan - Pernyataan tentang sikap untuk membantu konsumen 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	primer dengan menggunakan kuesioner
			<i>Reliability</i> (Keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernyataan tentang ketepatan waktu pelayanan - Pernyataan tentang kesungguhan dalam melayani konsumen 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	
			<i>Assurance</i> (JamINAN)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernyataan tentang perasaan nyaman konsumen ketika berhubungan dengan karyawan - Pernyataan tentang sikap sopan karyawan terhadap konsumen 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	
			<i>Empathy</i> (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernyataan tentang pelayanan kepada konsumen secara individual - Pernyataan tentang perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	

			<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> - Pernyataan tentang penampilan karyawan yang rapi - Pernyataan mengenai fasilitas fisik yang memadai 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	
Kepuasan Pelanggan (Kotler dan Idris, 2011)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.	Penelitian deskriptif kuantitatif	Kualitas pelayanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang diberikan pada pelanggan - Sikap dan perilaku pegawai 	Ordinal → Interval Menggunakan likert	primer dengan menggunakan kuesioner

G. Teknik Populasi dan Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan di KOPSYAKARDOS UNISBA, dilakukan dengan cara *purposive*, yaitu pengambilan sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel dipilih secara *Simple Random Sampling*. Teknik *Simple Random Sampling* ini ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, antara lain¹⁶:

1. Harus tersedia kerangka sampling atau memungkinkan untuk dibuatkan kerangka samplingnya.
2. Sifat populasinya harus homogen, jika tidak, kemungkinan akan terjadi *bias*.
3. Ukuran populasinya tidak tak terbatas, artinya harus pasti berapa ukuran populasinya.
4. Keadaan populasinya tidak terlalu tersebar secara geografis.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel untuk penelitian, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih¹⁷.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* dengan jenis penelitian yang digunakan, yaitu secara deskriptif. Responden yang akan diteliti adalah anggota koperasi karyawan yang SHU totalnya lebih dari Rp 500.000,00. anggota koperasi yang memiliki jabatan sebagai karyawan sebanyak 157 orang. Sehingga sample yang akan digunakan sebanyak 32 orang.

¹⁶Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. Op.cit. 1987. hal. 162.

¹⁷Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Rineka Cipta.Jakarta hal. 177-181.

H. Analisa Data

Untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan, maka data yang diperoleh akan dilakukan analisis. Metode yang digunakan dalam analisis tersebut, yaitu :

1. Untuk menjawab tujuan pertama tentang kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan terbuka dan akan dijelaskan secara rinci sesuai dengan hasil wawancara yang diperoleh. Hasil dari wawancara tersebut akan dianalisis menggunakan likert kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan SPSS 17.0.
2. Untuk menjawab tujuan kedua tentang tingkat kepuasan pelanggan koperasi terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA diuji menggunakan uji proporsi dengan persamaan sebagai berikut :

$$H_0 : P \leq 50\%$$

$$H_a : P > 50\%$$

H_0 : Diduga kurang dari atau sama dengan 50% anggota mempunyai kepuasan yang rendah terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA.

H_a : Diduga lebih dari atau sama dengan 50% anggota mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA.

Tingkat signifikansi 0,05 (5%), n = 32

Statistik pengujian

$$Z_{hit} = \frac{x/n - P_o}{\sqrt{\frac{P_o(1-P_o)}{n}}}$$

x = jumlah sampel yang mempunyai anggota mempunyai kepuasan yang rendah terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA.

n = jumlah keseluruhan sampel

Po = 50%

Kriteria Pengujian

Z hit > Z Tabel : Ho ditolak, Ha diterima

Z hit < Z Tabel : Ho diterima, Ha ditolak

3. Untuk menjawab tujuan ketiga mengenai dimensi kualitas pelayanan apa saja yang mempengaruhi kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan KOPSYAKARDOS UNISBA digunakan analisis regresi linear berganda, karena terdapat satu variabel dependen, yaitu kepuasan kualitas pelayanan dan beberapa variabel independen meliputi *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*. Pengujian analisis regresi linear berganda ini menggunakan program SPSS 17.0 for Windows dengan metode *backward* yang secara bertahap menghilangkan faktor-faktor yang tidak berpengaruh nyata dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Sehingga didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = A + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

Keterangan :

Y = Tingkat kepuasan pelanggan

x1 = Faktor *Tangibles*

x2 = Faktor *Reliability*

x3 = Faktor *Assurance*

x4 = Faktor *Emphaty*

x5 = Faktor *Tangibles*

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

Pengujian hipotesis :

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$

Ho : Tidak ada pengaruh antara faktor *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* dengan kepuasan pelanggan di KOPSYAKARDOS UNISBA.

Ha : Ada pengaruh antara faktor *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* dengan kepuasan pelanggan di KOPSYAKARDOS UNISBA.

Kriteria Pengujian :

Dengan menggunakan software SPSS 17.0 maka dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. R square atau koefisien determinasi menunjukkan persen variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Untuk jumlah variabel independen yang lebih dari 2 maka digunakan adjusted R square.

- b. Dari uji ANOVA atau F test untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Jika nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen.

- c. Uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$):

Jika, nilai $\text{Sig} < \alpha \rightarrow$ Ho ditolak

nilai $\text{Sig} \geq \alpha \rightarrow$ Ho diterima

I. Sistematika Penulisan

Perumusan sistematika penulisan skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian skripsi.

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti mengemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, metode dan teknik penelitian.

Bab II Landasan teori

Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa teori-teori yang akan diteliti, mengenai konsep kepuasan pelanggan, konsep kualitas pelayanan, konsep

koperasi syariah, dan konsep faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Bab III Gambaran umum perusahaan

Bab ini memaparkan mengenai sejarah berdiri, struktur perusahaan, produk-produk perusahaan, dan sisi operasional perusahaan.

Bab IV Analisis data

Menyajikan hasil dari penelitian yaitu berupa data-data yang telah diperoleh selama penelitian, baik berupa data primer maupun data sekunder.

Bab V Penutup

Menyajikan beberapa kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah diteliti.