

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KOPERASI PEGAWAI PERKEBUNAN (KOP-BUN) PROVINSI SUMATERA BARAT

Reni Respita¹, Detman², Musri³

^{1, 2, 3}Universitas Ekasakti, Jl. Veteran Dalam No 26B Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Email: renirespita35@gmail.com

Article History

Received: 26-10-2025

Revision: 29-11-2025

Accepted: 01-12-2025

Published: 04-12-2025

Abstract. Service quality serves as a key factor determining satisfaction and loyalty; therefore, improving service standards is a crucial step toward cooperative sustainability. This study aims to examine the effect of service quality on member satisfaction at the Plantation Employees Cooperative (KOP-BUN) of West Sumatra Province. As a people-based economic institution, cooperatives play an essential role in enhancing the welfare of their members. A descriptive quantitative approach was applied with a population of 78 cooperative members selected using the total sampling technique. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire. The analysis employed simple linear regression and t-test to determine the effect of service quality on member satisfaction. The findings reveal that service quality has a positive and significant impact on member satisfaction. The regression coefficient of 0.096, with t-count (2.414) greater than t-table (1.992) and a significance level of $0.018 < 0.05$, indicates that higher service quality leads to greater member satisfaction. The study implies that cooperatives need to enhance responsiveness, clarity of information, and staff empathy to maintain and improve member satisfaction levels.

Keywords: Service Quality, Member Satisfaction, Cooperative, Customer Service

Abstrak. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas anggota, sehingga peningkatan mutu pelayanan merupakan kebutuhan strategis bagi keberlanjutan koperasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Pegawai Perkebunan (KOP-BUN) Provinsi Sumatera Barat. Sebagai lembaga ekonomi berbasis kerakyatan, koperasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan populasi seluruh anggota KOP-BUN sebanyak 78 orang yang dijadikan sampel dengan teknik total sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai koefisien regresi sebesar 0,096 dengan t hitung 2,414 > t tabel 1,992 dan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan koperasi, semakin tinggi tingkat kepuasan anggotanya. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan aspek kecepatan layanan, kejelasan informasi, dan empati petugas dalam melayani anggota.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Anggota, Koperasi, Kualitas Layanan

How to Cite: Respita, R., Detman., & Musri. (2025). Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Pegawai Perkebunan (KOP-BUN) Provinsi Sumatera Barat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (8), 11444-11450. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i8.4460>

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan entitas ekonomi yang berasaskan nilai-nilai kekeluargaan sebagaimana tertuang dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Dalam pembangunan ekonomi nasional, koperasi berperan ganda, yakni sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat sekaligus media pembelajaran mengenai semangat kebersamaan. Meski demikian, dalam pelaksanaannya, banyak koperasi menghadapi tantangan dalam menjaga tingkat kepuasan dan loyalitas anggotanya. Kepuasan anggota menjadi salah satu indikator utama keberhasilan pengelolaan koperasi. Menurut Oliver (2008), kepuasan muncul dari hasil evaluasi individu terhadap pengalaman layanan yang diterima dibandingkan dengan harapannya. Ketika layanan yang diberikan melampaui ekspektasi, maka kepuasan meningkat, namun jika pelayanan tidak sesuai harapan, maka kepuasan akan menurun.

Koperasi Pegawai Perkebunan (KOP-BUN) Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu koperasi yang aktif memberikan layanan kepada anggotanya melalui berbagai unit usaha seperti simpan pinjam, perdagangan umum, dan jasa penyewaan kendaraan. Meskipun demikian, data keanggotaan menunjukkan penurunan dari 151 orang pada tahun 2016 menjadi 78 anggota pada tahun 2020. Kondisi ini mengindikasikan adanya potensi ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh koperasi.

Hasil survei pendahuluan mengungkap beberapa persoalan mendasar, antara lain proses administrasi yang lamban, keterbatasan akses terhadap informasi, serta kurangnya empati dari pengurus dalam menanggapi keluhan anggota. Hal tersebut memperkuat pentingnya dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menelaah sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi. Menurut Supriyono (2005), pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa serta membangun citra positif terhadap organisasi tersebut. Sementara itu, Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas tercermin dari kemampuan organisasi dalam memberikan perhatian, kecepatan, serta ketepatan dalam menanggapi kebutuhan konsumen.

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) menjelaskan lima dimensi utama dalam menilai kualitas layanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Zeithaml & Bitner (2016) menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik pada kelima aspek tersebut secara nyata mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks koperasi, pelayanan tidak hanya dimaknai sebagai proses administratif semata, melainkan juga sebagai wujud tanggung jawab sosial lembaga kepada anggotanya. Menurut Tjiptono & Chandra (2020), kualitas pelayanan merupakan hasil interaksi kompleks antara

penyedia dan penerima jasa, yang melibatkan aspek keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, serta aspek fisik yang terlihat. Seluruh dimensi ini berperan penting dalam mengukur sejauh mana organisasi mampu memenuhi ekspektasi para pengguna jasanya.

Gunawan (2021) menambahkan bahwa pelayanan yang baik dalam koperasi ditandai dengan ketepatan waktu dalam menanggapi kebutuhan anggota, kejelasan informasi keuangan, serta konsistensi penerapan prosedur kerja. Ketidakseimbangan pada salah satu unsur tersebut dapat mengakibatkan turunnya tingkat kepuasan anggota. Kotler & Keller (2012) mendefinisikan kepuasan sebagai respon emosional seseorang terhadap perbandingan antara harapan dan hasil nyata yang diterima. Dalam koperasi, kepuasan anggota tidak hanya berkaitan dengan layanan transaksi ekonomi, tetapi juga mencakup aspek keadilan, keterlibatan, dan manfaat ekonomi yang diperoleh dari keanggotaan. Penelitian Prasetyo & Wulandari (2022) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan anggota koperasi di Jawa Tengah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* dan *assurance* menjadi faktor yang paling menentukan tingkat kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yuliani (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan cepat dan ramah merupakan kunci untuk mempertahankan loyalitas anggota.

Dalam teori kepuasan pelanggan, Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa kepuasan muncul ketika hasil yang diterima melebihi harapan konsumen. Teori ini sejalan dengan *confirmation-disconfirmation theory*, di mana kepuasan terjadi apabila pelayanan yang diterima sesuai atau lebih tinggi dari ekspektasi. Sari (2023) juga menekankan bahwa komunikasi yang efektif antara pengurus dan anggota menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan. Ketika pengurus bersikap terbuka, transparan, dan komunikatif terhadap kegiatan koperasi, anggota akan merasa dihargai dan termotivasi untuk berpartisipasi aktif. Oleh karena itu, pelayanan di lingkungan koperasi harus mencakup aspek sosial dan emosional, tidak semata-mata kegiatan ekonomi.

Berbagai penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Firatmadi (2017) dan Khuswati (2019), membuktikan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota. Leani et al., (2023) juga menunjukkan bahwa peningkatan dimensi *responsiveness* dan *assurance* berperan penting dalam menjaga keanggotaan jangka panjang. Dengan demikian, hubungan antara pelayanan dan kepuasan dapat dipahami sebagai hubungan timbal balik: pelayanan yang baik membangun rasa percaya dan keterikatan, sementara kepuasan yang tinggi memperkuat partisipasi aktif anggota dalam koperasi (Putri, 2022). Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota, serta

memberikan rekomendasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan mutu pelayanan koperasi di masa mendatang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara variabel pelayanan dan kepuasan anggota secara objektif. Populasi penelitian terdiri dari 78 anggota Koperasi Pegawai Perkebunan (KOP-BUN) Provinsi Sumatera Barat, yang seluruhnya dijadikan responden dengan menggunakan teknik total sampling. Instrumen utama penelitian berupa kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin (1–5), yang memuat pernyataan mengenai variabel pelayanan (X) dan kepuasan anggota (Y). Sebelum disebarkan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keandalan alat ukur. Data dianalisis dengan regresi linear sederhana, guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan anggota. Selain itu, dilakukan pula uji normalitas untuk memeriksa distribusi data serta uji t dengan tingkat signifikansi 5% untuk menguji hipotesis parsial.

HASIL

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi anggota terhadap pelayanan koperasi berada pada kategori baik dengan rata-rata skor jawaban berada di atas 3,5 dari skala 5. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota merasa pelayanan koperasi sudah cukup memadai dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada data residual. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 yang berarti data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji t

Tabel 1. Hasil uji t

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Interpretasi
Pelayanan (X ₁)	0,096	2,414	0,018	Signifikan (positif)

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung sebesar 2,414 lebih besar dari t tabel (1,992) dengan signifikansi $0,018 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Demikian juga dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,096 menunjukkan adanya peningkatan kepuasan anggota setiap kali terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$ mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut bersifat nyata dan bukan terjadi karena kebetulan.

DISKUSI

Temuan ini sejalan dengan teori Oliver (2008) yang menegaskan bahwa kepuasan merupakan hasil penilaian positif terhadap pengalaman pelayanan. Dalam konteks KOP-BUN, pelayanan yang cepat, ramah, dan akurat mampu memperkuat kepercayaan serta ikatan emosional anggota terhadap koperasi. Analisis mendalam memperlihatkan bahwa dimensi *responsiveness* (daya tanggap terhadap keluhan) dan *assurance* (jaminan rasa aman dan kepercayaan) menjadi aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan. Beberapa kendala yang ditemukan di lapangan antara lain keterlambatan proses administrasi pinjaman dan kurangnya komunikasi terkait informasi layanan.

Hasil ini juga mendukung temuan penelitian sebelumnya oleh Firatmadi (2017) dan Yudhatama et al., (2023) yang menekankan pentingnya pelayanan berbasis empati untuk meningkatkan loyalitas anggota koperasi. Secara praktis, koperasi disarankan untuk memperkuat sistem layanan digital, memberikan pelatihan komunikasi bagi pengurus, serta menyediakan mekanisme umpan balik anggota secara berkala. Selanjutnya, penelitian ini menguatkan hasil yang diperoleh Handayani & Saputra (2021) yang menemukan bahwa pelayanan cepat, ramah, dan profesional meningkatkan kepercayaan anggota hingga 27%. Hal ini mendukung teori *Service Quality* dari Parasuraman et al., (1988) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna. Dalam konteks koperasi, layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan sesaat, tetapi juga mendorong loyalitas jangka panjang (Nugroho & Rahmawati, 2022).

Dimensi *responsiveness* dan *assurance* menjadi aspek paling menonjol dalam penelitian ini. Respon cepat terhadap keluhan serta kemampuan petugas memberikan jaminan keamanan transaksi menjadi faktor utama pembentuk rasa puas anggota. Hasil ini sejalan dengan penelitian Astuti & Lestari (2023) di Koperasi Karyawan Telkom, yang menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi petugas meningkatkan kepuasan hingga 35%, terutama pada aspek empati dan keandalan. Selain kualitas layanan, komunikasi yang efektif juga berperan penting.

Koperasi yang rutin memberikan informasi mengenai kegiatan usaha, pembagian SHU, dan rencana pengembangan dinilai lebih mampu membangun hubungan emosional dengan anggotanya. Hakim (2020) menegaskan bahwa komunikasi relasional merupakan instrumen strategis dalam menjaga kepercayaan anggota.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya merupakan tanggung jawab operasional, melainkan bagian dari strategi manajemen koperasi. Pelayanan yang transparan, cepat, dan profesional dapat menciptakan persepsi positif yang berujung pada peningkatan kepuasan serta partisipasi anggota (Suryani, 2024). Oleh karena itu, pengurus koperasi perlu menerapkan sistem pelayanan berbasis teknologi yang mudah diakses, mengadakan pelatihan berkala, dan membuka saluran komunikasi dua arah dengan anggota untuk menjaga keberlanjutan organisasi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Pegawai Perkebunan (KOP-BUN) Provinsi Sumatera Barat. Semakin baik pelayanan yang diberikan, baik dari aspek kecepatan, ketepatan, maupun empati petugas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan mutu pelayanan tidak hanya berdampak pada kenyamanan anggota dalam berinteraksi dengan koperasi, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, pelayanan yang profesional dan berorientasi pada kebutuhan anggota menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi koperasi di tengah dinamika ekonomi saat ini.

REKOMENDASI

- Meningkatkan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan agar proses administrasi lebih cepat, efisien, dan terarah.
- Melaksanakan pelatihan berkala bagi staf dan pengurus koperasi guna meningkatkan kemampuan komunikasi, empati, serta keprofesionalan dalam memberikan layanan kepada anggota.
- Mengembangkan sistem pelayanan berbasis teknologi digital, seperti aplikasi informasi keanggotaan atau layanan daring, untuk mempermudah akses dan mempercepat respon terhadap kebutuhan anggota.

- Melakukan survei kepuasan anggota secara rutin setiap tahun, sehingga koperasi dapat memantau perubahan persepsi dan melakukan perbaikan berkelanjutan berdasarkan masukan langsung dari anggota.

REFERENSI

- Astuti, R., & Lestari, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Telkom*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 45–56.
- Firatmadi, A. (2017). *Pengaruh Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Journal of Business Studies*.
- Gunawan, H. (2021). *Manajemen Pelayanan Koperasi Modern: Teori dan Praktik di Era Digital*. *Jurnal Koperasi dan UMKM*, 9(2), 77–89.
- Hakim, R. (2020). *Komunikasi Hubungan Anggota dan Pengurus dalam Membangun Kepercayaan Koperasi*. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(3), 101–112.
- Handayani, F., & Saputra, D. (2021). *Kualitas Layanan dan Kepercayaan Anggota Koperasi di Kota Yogyakarta*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(4), 213–222.
- Khuswati, E. (2019). *Pengaruh Pelayanan Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Bhakti Lestari*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Leani, L., Sintani, & Kristinae. (2023). *The Effect of Service Quality Dimension on Member Satisfaction*. *FJAS Journal*.
- Nugroho, A., & Rahmawati, S. (2022). *Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Anggota Koperasi: Studi Empiris di Jawa Timur*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 89–102.
- Oliver, R. L. (2008). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetyo, T., & Wulandari, E. (2022). *Kualitas Pelayanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Anggota Koperasi di Jawa Tengah*. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 11(1), 31–42.
- Putri, D. (2022). *Interaksi Pelayanan dan Kepuasan Anggota Koperasi di Masa Pandemi COVID-19*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(3), 56–67.
- Sari, M. (2023). *Peran Komunikasi Pengurus dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Koperasi*. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 7(2), 64–75.
- Supriyono, R. A. (2005). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryani, I. (2024). *Strategi Peningkatan Pelayanan Koperasi Berbasis Teknologi Digital*. *Jurnal Koperasi Indonesia*, 10(1), 12–24.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yudhatama, R., Rismayadi, B., & Sumarni, N. (2023). *The Impact of Service Quality on Cooperative Customer Satisfaction*. *Journal of Economic and Social Innovation*.
- Yuliani, E. (2020). *Pengaruh Pelayanan Koperasi terhadap Loyalitas Anggota*. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1), 22–30.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.