

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pengertian Koperasi

Koperasi menurut Fray 1908 *dalam* Henrojogi (2004) koperasi merupakan sesuatu perserikatan dengan tujuan berjuang bersama yang terdiri atas mereka yang lemah serta diusahakan selalu dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri sedemikian rupa, sehingga masing– masing mampu menjalankan kewajibannya selaku anggota serta mendapat imbalan sebanding dengan pemanfaatan mereka terhadap organisasi. Selain itu koperasi merupakan suatu badan usaha bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian, beranggotakan masyarakat yang biasanya berekonomi lemah yang bergabung secara sukarela serta atas dasar persamaan hak, berkewajiban melaksanakan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhan para anggotanya (Arifin, 2001).

Pasal 33 UUD 1945 secara tegas menempatkan koperasi selaku Soko Guru Perekonomian Nasional serta selaku bagian integral Perekonomian Nasional. Koperasi Indonesia lahir dengan nilai-nilai serta prinsipnya sendiri yang sangat sempurna, yang tidak memfokuskan pada orang serta keuntungan yang maksimal, melainkan pada kebersamaan dan untuk kesejahteraan anggota. Sebab koperasi merupakan perkumpulan orang (anggota), sehingga anggotalah selaku pemilik sekaligus pengguna koperasi. Koperasi ialah harapan yang dapat meningkatkan harkat dan kesejahteraan warga lewat kegiatan ekonomi yang bersumber dari dan dimanfaatkan oleh golongan pelaku dari warga sendiri (Downey dan Steven, 1992).

Keberhasilan koperasi dalam menggapai tujuannya tergantung dari kegiatan para anggotanya, mereka sanggup melakukan kerjasama, mempunyai kegairahan kerja dan menaati seluruh syarat serta garis kebijakan yang sudah diresmikan rapat anggota. Dengan demikian usaha untuk meningkatkan taraf hidup mereka tergantung dari kegiatan mereka sendiri (Anoraga dan Widiyanti, 1997).

Tidak terdapat keraguan yang muncul dalam upaya mengajak masyarakat mulai berupaya melalui perkumpulan koperasi. Dampak dari peranan koperasi selaku badan usaha dalam rangka membangun ekonomi rakyat bersumber pada asas kekeluargaan ialah:

- 1) Koperasi selaku lembaga ekonomi dimaksudkan koperasi berupaya memenuhi kepentingan kelompok masyarakat yang menjadi anggotanya.
- 2) Koperasi selaku fasilitas pembelajaran dimaksudkan selaku upaya turut mengganti sistem nilai yang ada dalam masyarakat kepada suatu kebersamaan.
- 3) Koperasi selaku sarana pendemokrasian masyarakat dimaksudkan selaku upaya yang mau dicapai melalui masalah- masalah yang akan dialami koperasi dalam kehidupan masyarakat.
- 4) Koperasi selaku wahana pengimbang dimaksudkan sebagai suatu pengimbang terhadap badan usaha non koperasi semacam BUMN ataupun BUMS.

2.1.2. Jenis koperasi

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 menjelaskan perkoperasian didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Berdasar kondisi dan kepentingan tersebut maka muncul jenis-jenis koperasi yaitu koperasi berdasarkan jenis usahanya dan koperasi berdasarkan keanggotaannya sebagai berikut :

- 1) Koperasi Berdasarkan Jenis Usahanya Secara umum, berdasarkan jenis usahanya koperasi terdiri atas:

- a. Koperasi Simpan Pinjam (KSP)

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) adalah koperasi yang memiliki usaha tunggal yaitu menampung simpanan anggota dan melayani peminjaman. Anggota yang menabung (menyimpan) akan mendapatkan imbalan jasa dan bagi peminjam dikenakan jasa. Besarnya jasa bagi penabung dan peminjam ditentukan melalui rapat anggota. Dari sinilah, kegiatan usaha koperasi dapat dikatakan “dari, oleh, dan untuk anggota”.

- b. Koperasi Serba Usaha (KSU)

Koperasi Serba Usaha (KSU) adalah koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam. Misalnya, unit usaha simpan pinjam, unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota juga masyarakat, unit produksi, dan unit wartel.

- c. Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi adalah koperasi yang bidang usahanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota. Kebutuhan yang dimaksud misalnya kebutuhan bahan makanan, pakaian, dan perabot rumah tangga.

d. Koperasi Produksi

Koperasi produksi adalah koperasi yang bidang usahanya membuat barang (memproduksi) dan menjual secara bersama-sama. Anggota koperasi ini pada umumnya sudah memiliki usaha dan melalui koperasi para anggota mendapatkan bantuan modal dan pemasaran.

2) Koperasi Berdasarkan Keanggotaannya Secara Umum, berdasarkan keanggotaannya koperasi terdiri atas Koperasi Unit Desa (KUD), Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI), dan Koperasi Sekolah sebagai berikut :

a. Koperasi Unit Desa (KUD)

Koperasi Unit Desa adalah koperasi yang beranggotakan masyarakat pedesaan. Koperasi ini melakukan kegiatan usaha ekonomi pedesaan, terutama pertanian. Untuk itu, kegiatan yang dilakukan KUD antara lain menyediakan pupuk, obat pemberantas hama tanaman, benih, alat pertanian, dan memberi penyuluhan teknis pertanian.

b. Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI)

Koperasi ini beranggotakan para pegawai negeri. Sebelum KPRI, koperasi ini bernama Koperasi Pegawai Negeri (KPN). KPRI bertujuan terutama meningkatkan kesejahteraan para pegawai negeri (anggota). KPRI dapat didirikan di lingkup departemen atau instansi.

c. Koperasi Sekolah

Koperasi sekolah memiliki anggota dari warga sekolah, yaitu guru, karyawan, dan siswa. Koperasi sekolah memiliki kegiatan usaha menyediakan kebutuhan warga sekolah, seperti buku pelajaran, alat tulis, makanan, dan lain-lain. Keberadaan koperasi sekolah bukan semata-mata sebagai media pendidikan bagi siswa antara lain berorganisasi, kepemimpinan, tanggungjawab, dan kejujuran.

2.1.3. Bentuk koperasi

Dalam pasal 15 UU No. 12 Tahun 1992 tentang perkoperasian disebut bahwa, koperasi dapat berbentuk primer atau koperasi sekunder. Dalam penjelasan pasal UU No. 12 Tahun 1992, disebutkan bahwa koperasi sekunder meliputi semua koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi primer dan atau koperasi sekunder, berdasarkan kesamaan kepentingan dan tujuan efisiensi, baik koperasi sejenis maupun berbagai jenis atau tingkatan.

Koperasi sekunder dibentuk oleh sekurang-kurangnya tiga koperasi yang berbadan hukum baik primer maupun sekunder. Koperasi sekunder didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas dan mengembangkan kemampuan koperasi primer dalam menjalankan peran dan fungsinya. Oleh sebab itu pendirian koperasi sekunder harus didasarkan pada kelayakan untuk mencapai tujuan tersebut. Koperasi primer adalah koperasi yang beranggotakan orang seorang dengan jumlah anggota minimal 20 orang, yang mempunyai aktivitas, kepentingan, tujuan, dan kebutuhan ekonomi yang sama.

1) Bentuk koperasi berdasarkan dari tingkatannya :

- a. Koperasi primer adalah koperasi yang pendiriannya oleh perseorangan atau kelompok.
- b. Koperasi sekunder adalah koperasi didirikan oleh badan hukum koperasi.

2) Bentuk koperasi Berdasarkan Jenis Usahanya:

- a. Koperasi Konsumen adalah koperasi yang menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan pada bidang penyediaan barang kebutuhan anggota dan nonanggota.
- b. Koperasi Produsen adalah koperasi yang menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan pada bidang pengadaan sarana produksi dan pemasaran produksi yang menghasilkan anggota kepada anggota dan non anggota.
- c. Koperasi Jasa adalah koperasi yang menyelenggarakan kegiatan usaha bagi pelayanan jasa nonsimpan pinjam yang diperlukan oleh anggota dan nonanggota.
- d. Koperasi Simpan Pinjam adalah koperasi yang menjalankan usaha simpan pinjam yang hanya melayani anggota yang meliputi kegiatan seperti

menghimpun dana anggota, memberikan pinjaman kepada anggota, dan menempatkan dana pada koperasi simpan pinjam sekundernya.

2.1.4. Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan

1) Definisi pelayanan

Aspek pelayanan telah berkembang luas pada tatanan koperasi seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan nuansa fungsi dan tugas pelayanan koperasi yang semakin komperatif. Groonroos (1990) dalam Ratminto dan Atik (2009:) mengatakan pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan. Pengertian lain dari pelayanan adalah Moenir (2001) yang menyatakan bahwa Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain baik langsung maupun tidak langsung, atau pelayanan adalah merupakan jasa, dan jasa adalah komoditi.

Konsep pelayanan juga menyangkut tentang pelayanan koperasi. Pelayanan koperasi dalam arti luas adalah keseluruhan proses penyelenggaraan kepentingan anggota/masyarakat yang dilaksanakan untuk menciptakan efisiensi, efektifitas, keadilan sosial, dan kesejahteraan. Sedangkan dalam arti sempit, pelayanan koperasi adalah pelayanan tata muka yang dilakukan oleh Koperasi kepada anggota koperasi ataupun masyarakat baik masyarakat kecil dan menengah berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas tidak dipisahkan dari produk dan jasa atau pelayanan. Tjiptono (1995) mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pengertian kualitas pelayanan dikemukakan oleh Lukman (1999) dalam bukunya Manajemen Kualitas Pelayanan, yakni Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai

pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan yang didambakan tersebut prinsipnya tidak jauh dari prinsip-prinsip pelayanan yang berkualitas. Pernyataan Moenir dalam bukunya manajemen pelayanan umum (1997) bahwa :

- a. Sebelum segala sesuatu dimulai, maka prosedur harus ditetapkan lebih awal.
- b. Proses dan prosedur itu harus diketahui oleh semua pihak yang terlibat dan tidak boleh mengandung interpretasi ganda.
- c. Kualitas muncul dari orang-orang yang bekerja dalam sistem artinya orang bekerja mengikuti suatu sistem, satu mata rantai yang akhirnya membuahakan hasil. Apabila sistem itu baik, maka kecil kemungkinannya kesalahan akan terjadi.
- d. Peninjauan kualitas oleh para eksekutif, perlu dilakukan secara periodik dalam arti perlu diadakan penyempurnaan dalam prosedur jika dipandang perlu jika memperhatikan selera pihak yang dilayani.
- e. Kualitas pelayanan dapat dicapai hanya apabila para pemimpin organisasi secara perlahan dan konsisten pada peningkatan kualitas dan kemudian menyempurnakan secara berkala.
- f. Kualitas berarti memenuhi kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen.
- g. Kualitas menuntut kerjasama yang erat.

Kaitannya dengan pelayanan yang berkualitas, setiap anggota koperasi maupun masyarakat mampu bersikap sopan dalam mengurus pelayanan jasa yang koperasi berikan dan tertib dalam menerima pelayanan jasa tersebut. Sehingga yang memberikan pelayanan dapat bekerja dengan baik dan akhirnya menimbulkan kepuasan kepada anggota koperasi maupun masyarakat.

3) Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, antara lain pendapat dari Garvin dalam Boyd Walker dan Larreche (2000) yang mengembangkan dimensi kualitas pelayanan, yakni :

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk ini misalnya kecepatan pelayanan, kemudahan dan kenyamanan selama pelayanan, dan lain-lain.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan yang berbeda dengan tempat lainnya.
- c. Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan yang kecil untuk mengalami kerusakan atau gagal untuk digunakan.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan. Dimensi ini berkaitan dengan sampai berapa lama suatu produk dapat berlaku untuk digunakan misalnya SIM atau KTP.
- f. *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Kualitas yang dipersepsikan (*percieved quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempresepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, dan reputasi organisasi.

Dari ketujuh dimensi pelayanan di atas bertujuan untuk menciptakan mutu pelayanan jasa yang baik. Mutu merupakan alasan atau faktor yang paling penting bagi pengguna jasa (masyarakat) untuk menggunakan suatu produk (pelayanan). Kualitas layanan menurut Zeithaml *et. al.* (2009) merupakan sebuah ciri-ciri elemen persepsi pelanggan misalnya mengenai layanan Kesehatan, layanan keuangan dan layanan Pendidikan. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan dan pengalaman pelanggan terhadap jasa yang mereka terima. (Umar, 2003), menemukan bahwa ada lima penentu mutu jasa yang disebut dengan *Service Quality* (SERQUAL) yang disajikan secara berturut berdasarkan tingkat kepentingannya, yaitu :

- 1) Keandalan (*reability*) Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Artinya adalah koperasi menunjukkan keandalan kemampuan koperasi tersebut untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan anggota akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi, komponen atau unsur dimensi *reability* ini merupakan kemampuan koperasi dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.
- 2) Cepat Tanggap (*Responsiveness*) Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Artinya daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, maka pihak koperasi berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian anggota dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat.
- 3) Jaminan (*Assurance*) Kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi anggota terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan koperasi tersebut. Koperasi membangun kepercayaan dan kesetiaan anggota melalui karyawan yang terlibat langsung menangani anggota. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas koperasi yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan anggota kepada koperasi.
- 4) Empati (*Empathy*) Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan anggota serta perhatian yang diberikan oleh karyawan. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh koperasi. Komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada anggota atau

memperoleh masukan dari anggota dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan anggota.

- 5) Kasat Mata (*Tangible*) Penampilan fasilitas fisik seperti peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi. Artinya *tangible* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh pihak koperasi kepada anggota. Pentingnya dimensi *tangible* ini akan menumbuhkan image koperasi tersebut. Koperasi yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak reputasi dari koperasi tersebut.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan anggota. Kualitas merupakan suatu dorongan kepada anggota untuk menjalin ikatan hubungan yang erat dengan koperasi, sehingga dalam jangka panjang memungkinkan koperasi untuk memahami dengan seksama harapan anggota serta kebutuhan mereka (Tjiptono, 2000).

2.1.5. Kepuasan Pelanggan Dan Anggota

1) Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Lebih lanjut Kotler mengatakan bahwa banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan pelanggan yang tinggi, hal ini disebabkan jika seorang nasabah hanya memiliki tingkat kepuasan yang sedang-sedang saja maka nasabah akan mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik sedangkan pelanggan yang sangat puas terhadap suatu produk perusahaan cenderung lebih sukar untuk mengubah pilihannya.

Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap suatu produk atau jasa tertentu bukan hanya kesukaan rasional yang hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Cara yang dapat ditempuh suatu perusahaan untuk memelihara pelanggannya adalah dengan menyusun dan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang kreatif, hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dan tidak lari ke bank lain (Harris, 2002). Begitu juga dengan koperasi, koperasi harus

menjalankan strategi-strategi yang menarik dan kreatif seperti memberikan pelayanan yang ramah, baik dan memuaskan sehingga peminjam atau kreditur merasa puas dan tidak lari ke koperasi-koperasi lainnya.

2) Kepuasan Anggota.

Kepuasan untuk mewujudkan pelayanan yang bermutu sebagai ujung tombak dari keluaran yang dihasilkan dari kerangka sistem pelayanan lebih didetetapkan tergantung dari segenap segmen yang terpaut dalam pelayanan itu sendiri. Dalam kaitannya dengan pelayanan yang berkualitas, tiap anggota ataupun masyarakat bersikap sopan dalam mengurus pelayanan jasa yang di berikan oleh koperasi serta tertib dalam menerima pelayanan yang di berikan koperasi tersebut, sehingga yang memberikan pelayanan bisa bekerja dengan baik, serta bisa menimbulkan pelayanan yang bermutu.

Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan beraneka ragam menurut Supranto (1997) kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya. Memandang orientasi, mempengaruhi kebutuhan masyarakat maka suatu kewajaran bentuk pelayanan yang berkualitas perlu diupayakan dengan sungguh-sungguh. Pentingnya hal ini lebih menekankan pada pemberian rasa kepuasan kepada masyarakat yang dilayani. Kepuasan akan tercipta jika yang menjadi kebutuhan ataupun tuntutan terpenuhi sesuai dengan keinginan dengan begitu pengukuran kualitas ada dasarnya tidaklah terlepas dari konteks kepuasan masyarakat yang dilayaninya.

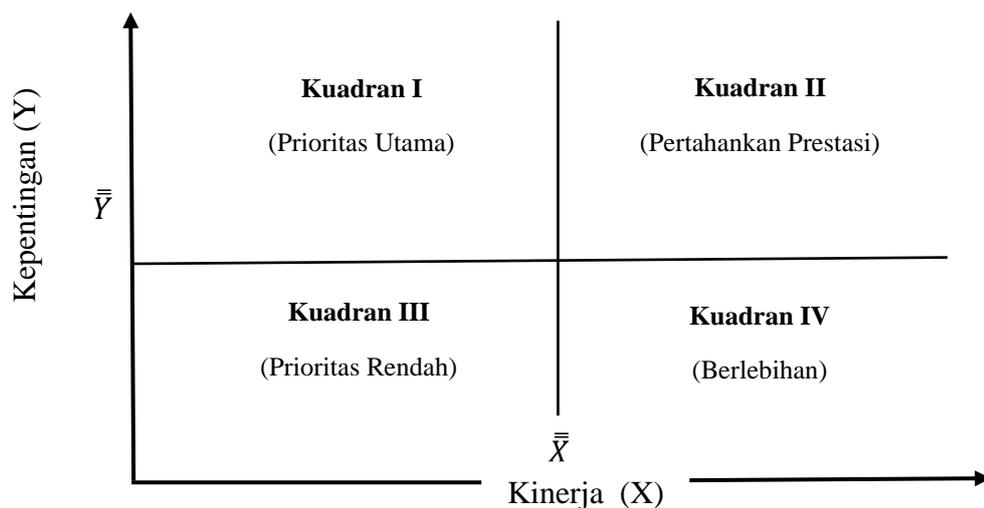
2.1.6. IPA (*Importance Performance Anlysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan mengukur hubungan antara persepsi pengunjung dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula dengan *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Evrett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan ditampilkan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003), IPA mempunyai fungsi utama untuk

menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut pengunjung perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan analisis yang membandingkan antara tingkat kepentingan dan kinerja, atribut suatu produk menggunakan gambar yang terdiri dari empat kuadran. Tingkat kepentingan atribut dibuat dengan sumbu horizontal dan tingkat kinerja atribut dengan sumbu vertikal. Keunggulan IPA yaitu dari hasil analisisnya, pihak koperasi dapat membuat perumusan strategi untuk memperbaiki kinerjanya. Atribut yang perlu dipertahankan dan atribut yang dianggap kurang penting bagi anggota bisa diketahui.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran sebagaimana terlihat pada Gambar 1.



Sumber: Brandt, 2000

Gambar 1. Diagram Kartesius

Berikut ini penjelasan untuk masing-masing kuadran (Brandt, 2000) :

- a. Kuadran Pertama, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*), faktor-faktor yang ada pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh anggota namun kondisi saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.
- b. Kuadran Kedua, “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*), faktor-faktor yang ada dalam kuadran ini dinilai sebagai faktor penunjang bagi kepuasan anggota sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
- c. Kuadran Ketiga, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*), faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi anggota, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian lebih pada faktor tersebut.
- d. Kuadran Keempat, “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*), faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, misalnya ada di kuadran empat.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data IPA menurut (Martinez, 2003) yaitu :

- a. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa. Pada bagian ini digunakan nilai rata-rata pada skala pengukuran tingkat kepuasan dan prioritas penanganan sebagai garis pemisah antar kuadran.

b. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran keberapa. Pada bagian ini digunakan nilai rata-rata hasil pengukuran tingkat kepuasan dan prioritas penanganan sebagai garis pemisah antara kuadran. Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA :

1. Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisis
2. Melakukan survey melalui penyebaran kuesioner
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan
4. Membuat grafik IPA
5. Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing.

2.1.7. CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan anggota berdasarkan atribut-atribut tertentu. *Customer satisfaction index* (CSI) adalah analisis kuantitatif berupa persentase anggota yang puas terhadap suatu survei kepuasan anggota. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

2.2. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, memuat beberapa hasil penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan penulis. Dengan mempelajari penelitian terdahulu, dapat membantu penulis dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Alat Analisis	Judul dan Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Enny Khuswati dan Dessy Triana Relita (2019)	analisis deskriptif dan statistik inferensial yang terdiri dari uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji linieritas,	Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Anggota Simpan Pinjam (Ksp) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian. Hasil Penelitian: Kualitas pelayanan pada Koperasi Bhakti Lestari sangat baik, Kepuasan anggota pada Koperasi Bhakti	Menganalisis tingkat kepuasan anggota dan indikator yang digunakan.	Alat analisis yang digunakan berbeda dan subjek yang di teliti

		analisis regresi sederhana, uji korelasi serta uji hipotesis yang meliputi Uji t dan koefisien determinasi.	Lestari sangat baik, Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Bhakti Lestari di Desa Merarai Satu, Kecamatan Sungai Tebelian, Kabupaten Sintang. Nilai thitung 8,774 lebih besar dari (>) ttabel 1,990.		
2.	Bunga Anadesta Hanri Putri, Bambang Trisetyo Eddy, Tutik Dalmiyatun (2018)	<i>Important Performance Analysis (IPA) Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Judul: Analisis Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan Pada Koperasi Gardu Tani Di Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Hasil Penelitian: Berdasarkan atribut pada tingkat harapan responden seperti penamilan kerapihan pengurus koperasi, pelaksanaan Rapat Anggota Tahunan (RAT) dan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) tepat waktu, keterampilan pengetahuan pengurus kecepatan dan ketepatan pengurus dalam menanggapi keluhan anggota dan bingkisan hari raya, yang sudah dilihat dalam kelima dimensi (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty) nilai ini menunjukkan bahwa anggota memiliki rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Koperasi Gardu Tani walaupun belum maksimal.	Menganalisis Tingkat Kepuasan Anggota dan Alat analisis yang digunakan menggunakan IPA dan CSI.	Subjek Yang Diteliti dan indikator yang digunakan
3.	Jaka Sulaksana, Dinar, dan Ega Saeful Hidayat (2019)	<i>Importance performance analysis (IPA)</i>	Judul: Analisis Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan Kelompok Tani Hasil dan Bahasan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kinerja Kelompok Tani Binangkit di Dusun Garasiang Desa	Menganalisis Tingkat Kepuasan Anggota dan alat analisis yang digunakan IPA.	Subjek Yang Diteliti dan indikator yang digunakan

			Girimulya cukup memuaskan dengan rata-rata tingkat kesesuaian total 90 %. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang di berikan sudah ideal karena idealnya tingkat kesesuaian 80%.		
4.	Moh. Jufriyanto (2020)	<i>Importance Performance Analysis (IPA) Customer Satisfaction Index (CSI).</i>	Judul : analisis tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan kedai kopi shelter. Hasil dan Pembahasan : importance performance analysis (IPA) pada digram kartesius diperoleh indikator pada kuadran I yang menjadi prioritas utama perbaikan Pada kuadran II terdapat indikator yang dapat dipertahankan sebagai keunggulan dari kedai kopi. Pada kuadran III terdapat kuandran yang perioritasnya rendah, namun dapat dipertimbangkan untuk perbaikan pelayanan. Pada kuadran IV, dalam kuadran ini dianggap berlebihan sehingga pihak kedai kopi dapat mengurangnya. <i>Customer satisfaction index (CSI)</i> diperoleh nilai kepuasan sebesar 69,98% dan berada pada kategori puas.	Alat Analisis yang digunakan IPA dan CSI	Subjek yang dieliti dan indikator yang digunakan
5.	Sisilia Angen Prista Noviana , Theresia Dhian Kusumawati (2022)	<i>Importance performance analysis (IPA) Customer satisfaction index (CSI).</i>	Judul : Analisis Kepuasan Anggota Kopdit Bunga Tanjung dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Hasil dan Pembahasan : Kepuasan anggota atas jasa pelayanan di Kopdit Bunga Tanjung dengan menggunakan analisis Customer Satisfaction Index (CSI) diperoleh angka 81,80% yang dapat disimpulkan para anggota sangat	Menganalisis Tingkat Kepuasan Anggota dan Yang Digunakan IPA dan CSI	Subjek yang diteliti dan indikator yang digunakan

puas atas layanan yang diberikan Kopdit Bunga Tanjung. Namun pada *Importance performance analysis* (IPA) terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan atau harus diprioritaskan dalam penyaluran jasa pelayanan berdasarkan hasil analisis kepuasan anggota Koperasi Bunga Tanjung karena belum dilakukan dengan baik adalah kerapihan penampilan karyawan, pelayanan yang baik dan tidak membedakan anggota satu dengan lainnya dan cepat tanggap apabila ada permintaan/ keluhan.

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian penulis. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian-penelitian terdahulu di antaranya yaitu tujuan dari penelitian untuk mengetahui tingkat kepentingan pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi. Selain itu, terdapat persamaan dengan alat analisis yang digunakan pada penelitian terdahulu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian penulis dan penelitian terdahulu adalah metode survei. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu subjek yang diteliti, variabel dan indikator yang digunakan.

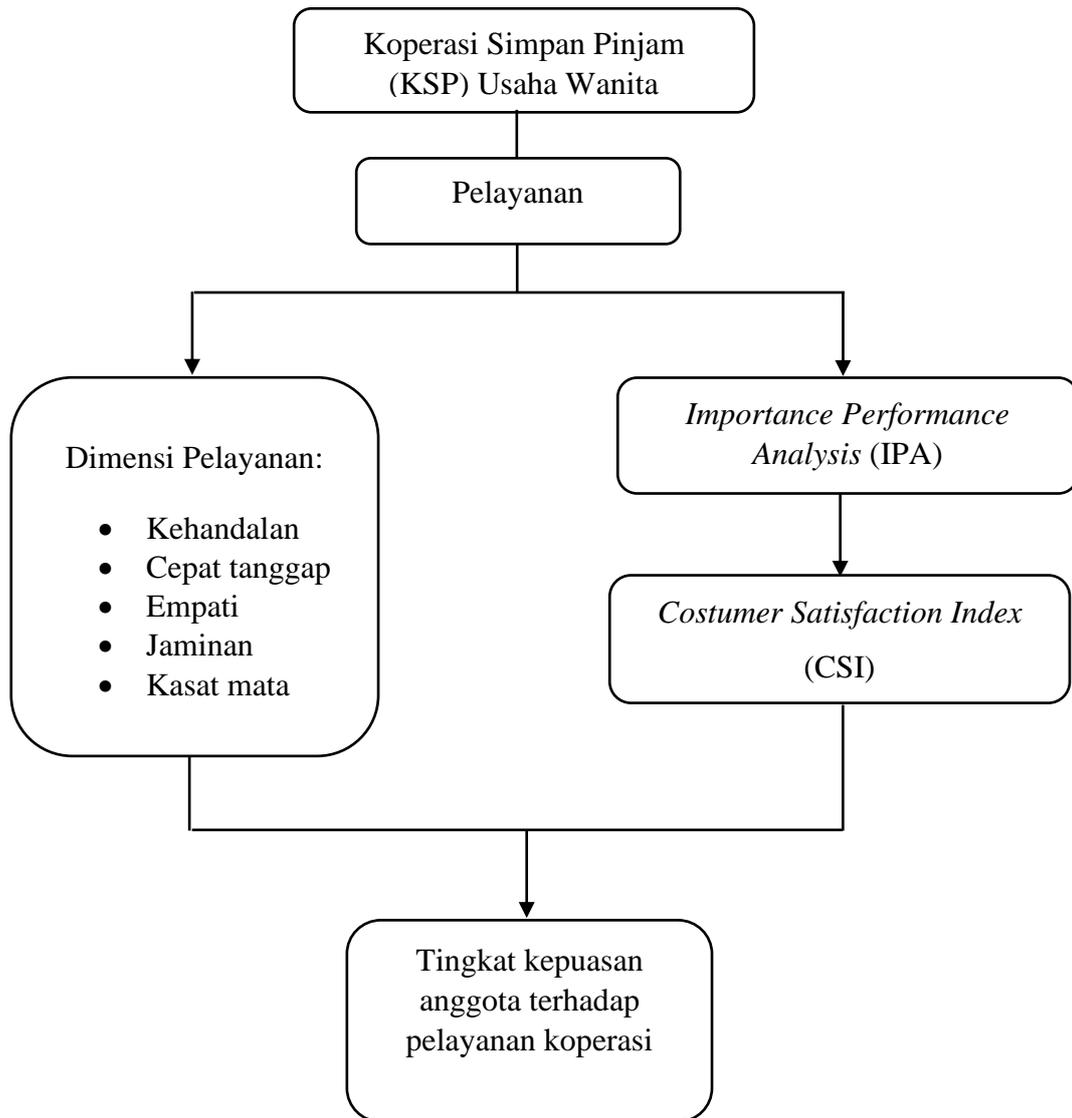
2.3. Pendekatan Masalah

Upaya untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan anggota sebagai pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan berkualitas secara konsisten dan baik, serta pelayanan yang lebih unggul dari pada pesaing. Koperasi untuk tetap eksis harus memperhatikan dan menjaga kepuasan anggota. Kepuasan pelanggan ialah tujuan dari sesuatu pemasaran jasa. Apabila pelanggan puas, maka industri penyelenggaraan jasa bisa melaksanakan faktor-faktor yang pengaruhi kepuasan pelayanan jasa.

Etta dan Sopiah (2013) menyatakan kepuasan dan ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara

kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Anggota yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan, hal ini akan membangun kesetiaan anggota.

Oleh karena itu, terdapat 5 indikator penentu kualitas pelayanan jasa diantaranya yaitu Keandalan (*Reliability*), dimana koperasi menunjukkan keandalan dan kemampuannya kepada anggota koperasi untuk melaksanakan tugasnya sebagai pelayanan yang dijanjikan secara tepat kepada anggota. Selanjutnya Cepat tanggap (*Responsiveness*), koperasi memberikan pelayanan dan respon yang cepat dalam menghadapi permasalahan yang di alami oleh anggotanya. Jaminan (*Assurance*), koperasi memberikan pelayanan yang sopan yang sifatnya dapat dipercaya oleh anggota dalam memenuhi kebutuhannya. Empati (*Empaty*), pemahaman karyawan terhadap kebutuhan anggota dan memberikan perhatian serta menampung keluhan si anggota. Selanjutnya Kasat mata (*Tangible*), lingkungan yang strategis dan fasilitas yang memadai untuk keperluan koperasi dan anggota merupakan keunggulan untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya. Kelima indikator diatas menjadi dasar pendekatan masalah ini. Untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota, tingkat kepentingan dan kinerja pengurus koperasi, peneliti menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Maka pendekatan masalah dapat di gambarkan seperti berikut:



Gambar 2. Diagram pendekatan masalah