UPAYA MANAJER UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA DALAM MEMANFAATKAN UNIT USAHA TOSERBA PADA KOPERASI INTI

Made Winda

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Mahendradatta Denpasar
Jalan Kenarok No. 12, Peguyangan Denpasar Utara, Bali 80115**

ABSTRAK

Koperasi merupakan kekuatan ekonomi bersama, untuk bersama-sama menghadapi berbagai masalah, baik di bidang manajemen, permodalan, maupun bidang usaha yang ada di koperasi yang apabila masalah ini tidak cepat dicarikan jalan keluarnya, maka koperasi akan sulit untuk maju dan bersaing dengan lembaga ekonomi usaha lainnya.

Dalam upaya mencapai tujuan organisasi para pengelola sangat dituntut untuk lebih menguasai manajemen koperasi dalam hal ini pengurus, manager dan karyawan yang dipercaya oleh Rapat Anggota (RA). Mereka dituntut harus lebih mampu dalam menjalankan roda organisasi agar dapat melaksanakan tugas-tugasnya dalam membantu meningkatkan kinerja usaha koperasi.

Harapan tingkat kepuasan anggota Koperasi INTI sudah dilaksanakan oleh manajer dengan cukup baik, walaupun ada sebagian kecil tiap indikator-indikator yang ada masih belum bisa terpenuhi. Hal ini akan menjadikan acuan bagi manajer dalam meningkatkan kepuasan anggota dalam memanfaatkan pelayanan di unit usaha toserba. Kenyataan pelayanan yang dilakukan di unit usaha toserba tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan manajer dan tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan. Hal ini menyebabkan pelayanan yang dilakukan di unit usaha toserba kurang baik, sehingga menyebabkan kurangnya pemanfaatan unit usaha toserba.

Kata Kunci: Koperasi, Manajer, Pelayanan dan kepuasan Anggota.

ABSTRACT

Cooperative is a joint economic power, to jointly face various problems, whether in the field of management, capital, and business fields that exist in the cooperative that if the problem is not quickly find a way out, then the cooperative will be difficult to move forward and compete with other business economic institutions .

In an effort to achieve organizational goals, managers are strongly required to master the management of cooperative in this case managers, managers and employees who are trusted by the Meeting Members. They are required to be more capable in running the organization in order to carry out its duties in helping improve the business performance of cooperative.

Expectations of satisfaction level of members of Koperasi INTI have been implemented by the manager quite well, although there is a small part of each indicator that is still not fulfilled. This will make reference for managers in improving member's satisfaction in utilizing services in department store business unit. The fact that the service performed in the department store unit is not in accordance with the expectations that the manager wants and not in accordance with the reality in the field. This causes the services undertaken in the department store unit less good, thus causing the lack of utilization of department store business unit.

Keywords: Cooperative, Manager, Service and Membership.

1.1 Latar Belakang

Proses globalisasi yang mengakibatkan persaingan antar bangsa semakin tajam terutama dalam bidang ekonomi serta ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) sebagai tulang punggungnya. Hanya Negara yang unggul dalam bidang ekonomi dan iptek serta didukung oleh nilai-nilai budaya yang baik, akan mengambil manfaat besar bagi globalisasi.

Pembangunan ekonomi dilaksanakan dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Koperasi merupakan salah satu lembaga ekonomi yang bertujuan menciptakan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sebagai suatu sistem ekonomi yang berazaskan kekeluargaan dalam pembangunannya koperasi diarahkan agar memiliki kemampuan menjadi badan usaha yang lebih efisien serta menjadi gerakan ekonomi yang tangguh dan berakar dalam masyarakat.

Dalam upaya mencapai tujuan organisasi para pengelola sangat dituntut untuk lebih menguasai manajemen koperasi dalam hal ini pengurus, manager dan karyawan yang dipercaya oleh Rapat Anggota (RA). Mereka dituntut harus lebih mampu dalam menjalankan roda organisasi agar dapat melaksanakan tugas-

tugasnya dalam membantu meningkatkan kinerja usaha koperasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penulisan jurnal ini adalah “Bagaimana Upaya Manajer Meningkatkan Kepuasan Anggota Dalam Memanfaatkan Unit Usaha Toserba”.

1.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk keperluan penelitian ini adalah metode studi kasus yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam, dimana variabel serta indikator-indikator yang termasuk ke dalam permasalahan didefinisikan dan dianalisis.

1.4 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi INTI, jalan Mohamad Toha No.77 Bandung 40255. Adapun yang menjadi alasan dari pemilihan lokasi penelitian ini karena tersedianya data yang memadai untuk dianalisis oleh peneliti.

1.5 Jenis dan Macam Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam mencari solusi pada penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data tentang upaya manajer untuk meningkatkan kepuasan anggota yang diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner kepada informan dan responden.
2. Data sekunder, yaitu pendekatan teori mengenai upaya manajer untuk meningkatkan kepuasan anggota yang diperoleh secara tidak langsung melalui data tertulis atau literatur-literatur serta catatan yang berkaitan dengan obyek penelitian.

b. Macam Data

1. Data kualitatif, yaitu yang tidak bisa diukur dengan angka atau merupakan kualitas, misalnya data mengenai kemampuan, kecakapan, dan lain-lain. Umumnya merupakan data primer.

Data kuantitatif, yaitu data yang bisa diukur dengan angka, misalnya data mengenai jumlah frekuensi anggota dan lain-lain.

1.6 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan guna menunjang penelitian ini diperoleh dari keterangan-keterangan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan tingkat kebenarannya. Sumber-sumber data tersebut yaitu:

1. Responden, yaitu orang-orang yang mampu menerangkan tentang diri sendiri.
2. Informan, yaitu orang-orang yang mampu menerangkan tentang diri orang lain.

Studi pustaka, yaitu sumber data yang berupa catatan-catatan dan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan pelaksanaan komunikasi bisnis koperasi.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh supaya sesuai dengan masalah yang diteliti maka teknik pengumpulan yang dilakukan untuk memperoleh data yang

diperlukan dalam penelitian, dapat menggunakan empat cara yaitu:

1. Interview, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dengan informan dan responden guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengamati dan mempelajari secara langsung terhadap kegiatan di koperasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
3. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah daftar pertanyaan tertulis kepada responden dan informan mengenai masalah yang diteliti.
4. Studi Pustaka, yaitu pengumpulan data dengan cara mencari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang sudah didapat tersebut akan diolah dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif bersifat eksploratif yaitu dengan cara memaparkan mengenai upaya meningkatkan kepuasan anggota dalam memanfaatkan unit toserba. Berdasarkan hasil interview, observasi dan kuisisioner, diperoleh kriteria yang digunakan untuk mengetahui tanggapan responden untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Nilai 3 = Kriteria tinggi (sesuai dengan harapan)

- Nilai 2 = Kriteria sedang (cukup sesuai dengan harapan)
- Nilai 1 = Kriteria rendah (tidak sesuai dengan harapan)

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pengertian Koperasi

Terdapat banyak perbedaan pandangan dalam mendefinisikan Koperasi, baik satu orang dengan yang lainnya atau satu negara dengan negara lainnya. Hal tersebut disebabkan karena setiap masyarakat dan negara yang merumuskan definisi koperasi, dipengaruhi oleh pandangan-pandangan yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Di Indonesia, koperasi didefinisikan sebagai suatu gerakan ekonomi rakyat maupun sebagai suatu badan usaha yang dituntut mampu mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Pengertian koperasi menurut Undang-undang No. 25 tahun 1992 pasal 1 tentang Perkoperasian disebutkan :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berlandaskan atau azas kekeluargaan”.

Dari pengertian koperasi tersebut, jelaslah bahwa koperasi merupakan lembaga ekonomi rakyat yang melandaskan kegiatannya

berdasarkan pada prinsip-prinsip koperasi sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 5 ayat 1 dan 2 Yaitu :

Koperasi melaksanakan prinsip koperasi sebagai berikut :

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
- b. Pengolahan dilakukan secara demokratis
- c. Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan jasa usaha masing-masing anggota
- d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
- e. Kemandirian

Selain itu juga koperasi mempunyai tiga bagian yang saling terkait secara fungsional yang merupakan subsistem-subsistem dari koperasi. Bagian-bagian atau subsistem-subsistem ini ialah keanggotaan, kepengurusan dan keusahaan. Keterkaitan diantara ketiga sistem itu adalah keterkaitan peranan secara timbal balik dalam rangka mencapai tujuan koperasi, yaitu peningkatan kesejahteraan anggota dan pengembangan organisasi koperasi.

Peranan subsistem itu dirinci maka dapat ditentukan konsep dasar dari subsistem itu, peranan keanggotaan ialah : 1) menyumbang ide; 2) menyumbang modal; 3) ikut mengawasi; dan 4) memanfaatkan pelayanan koperasi. Keempat peranan itu dapat dinyatakan dalam konsep dasar partisipasi anggota dalam koperasi.

Berdasarkan hal tersebut, dapat pula dikatakan bahwa koperasi

sebagai organisasi dapat terbagi menjadi tiga dimensi yaitu:

1. Dimensi keanggotaan dengan konsep partisipasi anggota dalam koperasi (*Member participation*)
2. Dimensi kepengurusan dengan konsep dasar kepemimpinan koperasi (*Cooperative leadership*)
3. Dimensi keusahaan dengan konsep dasar keterampilan managerial (*Managerial skill*)

2.1.2 Pendekatan Manajer

Upaya manajer memajukan koperasi perlu diperhatikan sebagai faktor penunjang yang akan mengarahkan lajunya usaha koperasi supaya berkembang dengan baik yaitu dengan adanya kumpulan orang-orang, struktur organisasi yang jelas, serta kemampuan mengelola usaha dalam koperasi tersebut. Seiring dengan itu untuk mewujudkan cita-cita koperasi sebagaimana yang dikehendaki maka perlu suatu usaha yang dapat memberikan jalan terhadap perkembangan dan kemajuan koperasi untuk mendukung perkembangan tersebut, koperasi sebagai badan usaha memerlukan pengelolaan yang profesional di bidangnya, koperasi harus dapat beraktivitas dalam menyelenggarakan serta mengenal potensial yang ada, oleh sebab itu peranan manajer memiliki andil yang besar agar dapat mempengaruhi perkembangan perkoperasian dalam mewujudkan rencana dan cita-cita anggota khususnya maupun masyarakat pada umumnya.

Peranan manajer dalam koperasi adalah suatu yang penting dimana metode kerja yang baik dan penuh tanggung jawab maka akan

menentukan pencapaian tujuan organisasi. Keterampilan mengelola sangat dibutuhkan untuk mengantisipasi perubahan dan melakukan penyesuaian terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi, oleh karena itu peranan kepemimpinan manajer wajib memiliki kreativitas yang tinggi, berjiwa inovatif dan fleksibel sehingga akan mudah dalam mengatasi segala masalah yang akan timbul sewaktu-waktu. Seorang manajer apabila menjalankan perannya sebagai pemimpin dalam unit-unit usaha tidak mampu memimpin dan bekerja secara efektif maka akan tercipta pola kerja yang tidak terencana dan terarah, sehingga apabila manajer dalam suatu koperasi tidak mampu merumuskan dan memberikan arahan secara sistematis mengenai cara kerja yang dilakukan oleh karyawan, maka akan sulit tercipta suatu persepsi serta perilaku tugas yang sesuai dalam menyelesaikan pekerjaan.

Adapun kewajiban-kewajiban pengelola (manajer) diantaranya :

- a. Melaksanakan kebijakan operasional yang ditetapkan oleh pengurus
- b. Memimpin dan mengkoordinasi pelaksanaan kegiatan-kegiatan di unit-unit usaha
- c. Membimbing dan mengarahkan tugas-tugas karyawan dan mengawasi kedisiplinan karyawan yang dibawahnya seefisien mungkin menuju karyawan yang berkualitas.
- d. Mengusulkan pada pengurus tentang pengangkatan atau pemberhentian karyawan dalam lingkungan tugasnya.
- e. Menyusun program kerja dan RAPBK tahunan untuk disampaikan pada pengurus sebelum dimulai anggaran baru.
- f. Membuat laporan pertanggung jawaban kerja secara tertulis setiap akhir bulan dan akhir tahun.
- g. Melaksanakan pelayanan kepada anggota/calon anggota.
- h. Memelihara dokumen-dokumen usaha atau organisasi koperasi.

Fungsi utama manajer adalah melaksanakan tugas sehari-hari di bidang usaha dan bertanggung jawab atas administrasinya, mengembangkan dan mengelola usaha untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Kedudukan manajer di koperasi, dengan adanya manajer dalam organisasi koperasi, diharapkan koperasi akan berkembang lebih maju karena :

- a. Untuk mengelola usaha koperasi di perlukan keahlian di bidang usaha sedangkan pengurus umumnya dipilih atas kepercayaan.
- b. Pengurus di pilih untuk jangka waktu tertentu sedangkan pengelola koperasi di perlukan adanya kesinambungan.
- c. Pengurus umumnya tidak dapat mencurahkan tenaganya atau pikiranya secara penuh terhadap koperasi karena biasanya mereka memiliki tugas pokok.

Maka dari itu peran manajer dalam mengelola koperasi dan memberikan pelayanan kepada anggota koperasi harus memberikan manfaat ekonomi langsung (MEL) adalah manfaat ekonomi yang diperoleh anggota langsung pada saat terjadinya transaksi antara anggota dan koperasi

dan manfaat ekonomi tidak langsung (METL) adalah manfaat ekonomi yang diterima oleh anggota bukan pada saat terjadinya transaksi, tetapi diterimanya kemudian hari yaitu dalam bentuk SHU bagi anggota.

2.1.3 Pendekatan Pelayanan

Dalam suatu pemasaran oleh koperasi tentunya tidak terlepas dari pelayanan terhadap produk, harga, promosi maupun pendistribusian barang sehingga apa yang menjadi harapan dan keinginan anggota (konsumen) dapat terpenuhi. Dimana pelayanan ini merupakan satu kesatuan dari system pemasaran itu sendiri baik yang bersifat teraba maupun yang tidak teraba. Menurut Philip kotler (1987 : 122) bahwa bentuk jasa adalah: “Pelayanan yang menyertai penyerahan atau penjualan produk yang dapat diberikan oleh suatu badan usaha adalah antara lain berupa ketepatan penyerahan, ketepatan penawaran harga, bantuan teknis, potongan harga, pelayanan purna jual, kehadiran perwakilan, jajaran produk yang ditawarkan”.

Sedangkan menurut M. Azis (1987 : 313) menyatakan pengertian pelayanan sebagai berikut :

“Pelayanan adalah jasa yang diberikan koperasi dalam memajukan usahanya, semakin banyak pelayanan, makin tinggi peran serta anggota koperasi”

Kesimpulan dari dua pendapat tersebut, bahwa pelayanan adalah sesuatu yang menyertai penyerahan atau penjualan produk yang dapat diberikan oleh suatu badan usaha dalam memajukan usahanya diman semakin banyak pelayanan yang diberikan maka

semakin tinggi peran sertanya dalam badan usaha tersebut.

Pelayanan yang diberikan oleh toserba yang bertindak sebagai penjual eceran adalah merupakan proses jual beli antara pihak toserba dan konsumen (anggota dan non anggota). Berkaitan dengan masalah tersebut, maka koperasi INTI berusaha untuk meningkatkan situasi ekonomi dan sosialnya melalui pelayanan unit toserba sebagai pengecer.

Usaha eceran menurut philif kolter (1993 ; 334) yaitu :

“Usaha eceran adalah merupakan seluruh aktifitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung pada konsumen yang olehnya digunakan untuk kepentingan pribadi dan nonbisnis”.

2.1.4 Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler (1995 ; 46), bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan setelah membeli barang atau jasa tersebut. Kotler juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah fungsi dari pengharapan dan kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan. Pengharapan pelanggan dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran relasi serta informasi yang disampaikan perusahaan. Pelanggan memilih memberi jasa berdasarkan harapan ini dan setelah menikmati jasa tadi mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka harapkan, maka mengakibatkan ketidak puasan. Makin besar gap (kesenjangan) antara harapan dan kenyataan maka semakin besar juga ketidak puasan pelanggan.

Untuk mencapai kepuasan, pelanggan menginginkan nilai

maksimal dengan dibatasi oleh biaya pencarian serta pengetahuan dan pengetahuan terbatas, mereka membentuk suatu harapan akan nilai dan tindakan berdasarkan hal itu.

Untuk mengetahui penentuan sehingga pembeli sangat puas, cukup puas, kurang begitu puas atau sangat tidak puas maka menurut Philip Kotler (1993 : 130) ditentukan dengan:

“Hubungan antar harapan konsumen dan prestasi produk yang dirasakannya apabila produk cocok dengan harapan, konsumen itu puas ; bila melebihi harapan, konsumen itu sangat puas ; apabila kurang dari apa yang diharapkan konsumen itu tidak puas ; semakin lebar jarak antara harapan dengan prestasi, semakin parah pula ketidakpuasan konsumen”.

Kepuasan menurut James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard (1995 : 210), mendefinisikan : **“Kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan singkatnya, alternatif tersebut setidaknya bekerja sebaik yang anda harapkan”.**

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan suatu alternatif pilihan yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan, konsumen itu akan sangat puas tapi apabila sebaliknya kurang dari harapan maka konsumen akan merasa tidak puas jadi harapan dan prestasi itu harus sesuai sehingga konsumen puas akan kebutuhan dan keinginannya.

Di sini terlihat jelas bahwa tingkat kepuasan akan menentukan suatu perilaku beli kepada unit usaha toserba koperasi INTI, baik untuk frekuensi pembelian maupun persentase jumlah uang yang dibelanjakan. Semakin baik pelayanan terhadap anggota, semakin puas anggota maka akan semakin baik peran serta anggota terhadap unit usaha toserba koperasi INTI.

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan topik penelitian ini, yaitu mengenai dampak upaya manajer dalam meningkatkan kepuasan terhadap anggota. Untuk mengetahui hal tersebut maka tiap indikator penelitian akan dianalisis secara menyeluruh dan obyektif sesuai dengan keadaan di lapangan yang sebenarnya melalui kegiatan wawancara, observasi, studi pustaka mengenai tinjauan upaya manajer INTI dengan anggota di unit toserba.

3.1 Harapan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi

Untuk melihat gambaran upaya manajer dalam meningkatkan pelayanan kepada anggota INTI, pembahasannya dapat dilihat dari faktor-faktor pendukung. Dalam hal ini fungsi manajer dapat mempengaruhi pendapat, pandangan serta perilaku anggota. Faktor-faktor yang mempengaruhi upaya manajer dalam meningkatkan kepuasan anggota adalah:

3.1.1 Tepat jenis

Kemampuan manajer dalam mengkomunikasikan kebutuhan anggota koperasi akan barang-barang dari supplier untuk mendapatkan barang dengan jumlah yang tepat dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan anggota. Berdasarkan hasil penelitian dengan melalui wawancara dan kuisisioner terhadap manajer yang dijadikan sebagai informan mengatakan bahwa manajer INTI dalam memberikan barang yang sesuai

dan produk yang disediakan oleh toserba INTI sudah cukup mampu.

3.1.2 Kesesuaian Jenis Barang

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner dan wawancara di lapangan dalam menyampaikan informasi mengenai kesesuaian jenis barang yaitu dari 30 anggota yang dijadikan responden, Untuk mengetahui mengenai mampu mengkomunikasikan tentang kesesuaian jenis barang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 01. Hasil Penilaian Responden Mengenai Kesesuaian Jenis Barang

No	Kriteria Jawaban	Skor	Responden		Skor Kenyataan
			Frekuensi	%	
1	Sesuai	3	5	17,15	15
2	Cukup sesuai	2	20	66,70	40
3	Kurang sesuai	1	5	17,15	5
	Jumlah		30	100	60

Dari hasil ini jawaban responden tentang kesesuaian jenis barang, diperoleh data sebanyak 5 orang atau 17,15% yang menyatakan bahwa manajer mampu dalam menyediakan barang yang sesuai dengan anggota dan 20 orang atau 66,70% menyatakan manajer cukup mampu dalam menyediakan barang. Sedangkan sebanyak 5 orang atau 17,15% yang menyatakan bahwa pengurus kurang mampu dalam menyediakan kebutuhan kepada anggota.

3.1.3 Keramahan dalam pelayanan

Pelayanan merupakan daya tarik bagi anggota atau konsumen, karena dengan pelayanan yang ramah dan sopan kepada anggota atau konsumen maka anggota akan merasa puas dan lebih betah untuk berbelanja di toserba. Setiap pembeli

atau konsumen berbelanja sangat mengharapkan pelayanan dari pengelola dengan ramah dan bersikap sopan kepada anggota atau konsumen, jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan anggota atau konsumen maka anggota atau konsumen akan merasa kecewa dan memilih tempat belanja lain yang lebih nyaman.

Berdasarkan wawancara dan tanggapan seorang manajer mengenai keramahan dalam pelayanan masuk dalam kriteria cukup, karena manajer merasa karyawan yang ada di toserba cukup sopan dan ramah kepada anggota dan selalu memberikan bantuan kepada anggota apabila sedang melakukan belanja di toserba.

Untuk lebih jelasnya tentang tanggapan anggota mengenai keramahan pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 02. Hasil Penilaian Responden Mengenai Keramahan Pelayanan

No	Kriteria Jawaban	Skor	Responden		Skor Kenyataan
			Frekuensi	%	
1	Sangat ramah	3	4	13,3	12
2	Kurang ramah	2	22	73,4	44
3	Tidak ramah	1	4	13,3	4
	Jumlah		30	100	60

Dari tabel 02, menunjukkan 4 orang responden atau (13,3%) menyatakan pelayanan yang diberikan pihak toserba sangat ramah karena karyawan yang ada di toserba sangat sopan dan siap membantu apabila ada keluhan dari anggota, 22 orang responden atau (73,4%) menyatakan pelayanan yang diberikan oleh pihak toserba kurang ramah dan apabila ada keluhan dari anggota kadang-kadang

karyawan enggan membantu. Sedangkan 4 orang responden atau sebesar (13,3%) menyatakan pelayanan yang diberikan oleh pihak toserba tidak ramah karena pihak karyawan toserba bersikap tidak sopan.

Dengan demikian berdasarkan hasil jawaban 30 responden terhadap indikator dari kenyataan pelayanan dapat direkapitulasi sebagai berikut :

Tabel 03. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Upaya Manajer Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Untuk Memanfaatkan Unit Usaha Toserba

Subvariabel	Skor Tertinggi	Skor Kenyataan	Kriteria
Tepat jenis	90	57	Cukup baik
Tepat jumlah	90	51	Cukup baik
Tepat harga	90	62	Cukup baik
Tepat waktu	90	55	Cukup baik
Tepat tempat	90	53	Cukup baik
Pelayanan	90	60	Cukup baik
Ketanggapan	90	49	Kurang baik
Empati	90	59	Cukup baik
Efek	90	58	Cukup baik
Jumlah		504	Cukup baik

Hasil rekapitulasi mengenai upaya manajer dalam meningkatkan kepuasan anggota untuk memanfaatkan unit usaha toserba secara keseluruhan skor kenyataan 504 dinyatakan cukup baik dikarenakan sekor interval mulai dari $270 \leq x \leq 450$ dikatakan kurang baik $451 \leq x \leq 630$ dikatakan kriteria cukup baik sedangkan $631 \leq x \leq 810$ termasuk kriteria baik, maka upaya manajer dalam meningkatkan kepuasan anggota untuk memanfaatkan unit usaha toserba termasuk kedalam kriteria cukup baik. Artinya upaya manajer untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota perlu ditingkatkan lagi, karena ada sebagian indikator yang belum begitu maksimal dan pelaksanaannya bukan pada waktu Rapat Anggota saja dan cara penyampaian tidak orang perorang, sehingga memerlukan waktu yang banyak.

Dari rekapitulasi mengenai kenyataan pelayanan yang dilakukan oleh manajer kepada anggota di unit usaha toserba kurang baik. ini menandakan antara konsep yang dibuat oleh manajer dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada anggota tidak sesuai dengan di lapangan. Hal ini harus menjadi perhatian lebih untuk manajer khususnya manajer unit usaha toserba, demi kemajuan koperasi INTI.

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Upaya Manajer Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Untuk Memanfaatkan Unit Usaha Toserba dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harapan tingkat kepuasan anggota koperasi INTI sudah dilaksanakan oleh manajer dengan cukup baik, walaupun ada sebagian kecil tiap indikator-indikator yang ada masih belum bisa terpenuhi. Hal ini akan menjadikan acuan bagi manajer dalam meningkatkan kepuasan anggota dalam memanfaatkan pelayanan di unit usaha toserba.
2. Kenyataan pelayanan yang dilakukan di unit usaha toserba tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan manajer dan tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan. Hal ini menyebabkan pelayanan yang dilakukan di unit usaha toserba kurang baik, sehingga menyebabkan kurangnya pemanfaatan unit usaha toserba.

4.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil jawaban responden dan hasil pembahasan pada bab IV, maka penulis menyampaikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya memperbaiki keadaan koperasi agar menjadi lebih baik. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Manajer dalam hal ini sebagai alat untuk memajukan koperasi harus lebih tegas dalam menyampaikan ide-idenya agar dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh karyawan dapat berjalan dengan baik.
2. Menetapkan supplier yang tepat, agar barang yang disediakan koperasi sesuai dengan kebutuhan anggota.
3. Waktu pelayanan yang diberikan oleh pengurus unit usaha toserba harus sesuai dengan kebutuhan anggota.

4. Memberikan pelayanan yang lebih kepada anggota/pelanggan agar mau memanfaatkan unit toserba.
5. Pengurus jangan asal dalam menyediakan barang, kualitas barangpun harus lebih diperhatikan.
6. Produk yang disediakan oleh koperasi agar lebih diperhatikan kebutuhan anggota, karena masih ada anggota yang belum terpenuhi kebutuhan produk atau tersedianya produk yang ada dikoperasi masih terbatas. Sehingga pengurus hendaknya melakukan komunikasi dengan anggota atau memaksimalkan media kotak saran untuk mengetahui keinginan anggota.
7. Untuk meningkatkan usaha, pengurus senantiasa menyediakan barang yang dibutuhkan oleh anggota dengan kualitas yang baik sehingga meningkatkan volume usaha koperasi
8. Meningkatkan kerjasama dengan semua pihak yang dapat mendukung kemajuan koperasi.
9. Pengurus harus bisa meningkatkan mutu pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchori Alma. (1993). *Pengantar Bisnis*. Penerbit PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Hanel, Alfred. (1989). *Organisasi-organisasi dan Kebijakan-kebijakan Pembangunan..*Penerbit Universitas Padjajaran, Bandung.
- Kotler, Phillip & Armstrong (1991). *Principles Marketing Management*, Prenntise-Hall Inc, New Jersey.
- Kotler, Phillip (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi 9, Prenntise-Hall Inc, New Jersey.
- Laporan Rapat Anggota Tahunan Koperasi INTI. (2002 – 2006), Penerbit Koperasi INTI.
- Onong Uchjana Effendi. (1984), *Ilmu komunikasiT teori dan Praktek*. Penerbit PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Redi Panuju. (2000). *Komunikasi Bisnis*. Penerbit PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Republik Indonesia. (1992). *Undang-undang Dasar 1945*. Penerbit Departemen Penerangan RI.
- Ropke, Jochen. (1995). *Kewirausahaan Koperasi (Cooperative Entrepreneurship) Terj. Yuyun Wirasmita (ed)*. Penerbit Ikopin
- Rusidi. (1993). *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Penerbit Ikopin, Jatinangor.
- Sri Haryani. (2001). *Komunikasi Bisnis*. Penerbit UPP AMP YKPN, Jogyakarta.
- Sudjana. (1996). *Metoda Statistika*. Penerbit Tarsito, Bandung.