

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Penelitian terdahulu ini telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan ataupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Rifky Ardhana Kisno Saputra, Ali Muhajir, (2022) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Syariah Mawar Lamongan” Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Syariah Mawar Lamongan. Jenis penelitian ini adalah jurnal. Pengambilan sampel menggunakan teknik Sampling Purposive dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t variabel lokasi  $t_{hitung} = 2.769 > t_{tabel} = 1.660$  yang menyatakan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel promosi  $t_{hitung} = 1.991 > t_{tabel} = 1.660$  yang menyatakan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan variabel kualitas pelayanan  $t_{hitung} = 3.970 > t_{tabel} = 1.660$  yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan R square sebesar 0.727 menunjukkan bahwa 72.7% variabel Kepuasan

Nasabah dipengaruhi oleh lokasi, promosi dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 27.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Timothy M. R. Rusman, Joula J. Rogahang Olivia Walangitan, (2021) yang juga meneliti tentang “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan PT. Bank SulutGo”. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linear sederhana. Jenis penelitian terdahulu ini adalah jurnal. Berdasarkan hasil penelitian mean dari kualitas pelayanan adalah 48,53 dan dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berada pada kondisi cukup. Nilai R sebesar 0,453 menunjukkan bahwa variasi dalam variabel kepuasan anggota KKPBSG dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 45,3%. Hipotesis kedua diterima, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.
3. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kararina A Moi, Abas Kasim, dan Anthonius B Mesakh, (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada Koperasi Kredit Sinar Harapan Malapedho Kabupaten Ngada)”. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Jenis penelitian terdahulu ini yaitu jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan citra berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

4. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Desran (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Credit Union Sumber Rejeki Tempat Pelayanan Balai Putut Pamelum Tamiyang Layang Kabupaten Barito Timur”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Credit Union Sumber Rejeki Tempat Pelayanan Balai Putut Pamelum Tamiyang Layang Kabupaten Barito Timur. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Jenis penelitian ini yaitu junal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, yaitu sebesar 83,60% dan 16,40% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terteliti.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Nidarmarni Laia, Walsyukurniat Zendrato, Indah Permata Sari Lase, (2020), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pengembanganperdesaan (Ksp3) Cabang Amandraya”. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. populasi dalam penelitian ini adalah nasabah koperasi Simpan Pinjam Pengembangan (KSP3) cabang Amandraya yang berjumlah 300 orang. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 45 orang. Jenis penelitian ini yaitu jurnal Pendidikan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian diperoleh hasil  $t$  hitung =

$9,021 > t_{tabel} = 1,684$  atau  $H_a$  diterima atau hipotesis diterimayang artinya adalah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pengembangan Perdesaan (KSP3) Cabang Amandraya.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Baqiyatus Salafis Soleh, (2022) dengan judul Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kspps Bina Insan Muwahidun Gembong Pati. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Jenis penelitian ini adalah skripsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong.
7. Enny Khuswati, Dessy Triana Relita, (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (Ksp) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian”. Menggunakan metode Skala Likert dan analisis Regresi Linier sederhana. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Jenis penelitian ini adalah jurnal. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Bhakti Lestari dengan hasil uji t, diperoleh nilai thitung 8,774 lebih besar dari ( $>$ )  $t_{tabel} 1,990$  dan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ .

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Pengertian Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak selaku lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya pada lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya. Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990 tentang “Lembaga Keuangan”, Lembaga keuangan diberi batasan sebagai semua badan yang kegiatannya dibidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi Perusahaan (Fahmi Irham, 2014).

Lembaga keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perekonomian suatu negara. Peran Lembaga keuangan dalam mengembangkan perekonomian tidaklah berlebihan karena fungsi utama lembaga keuangan adalah sebagai penghubung antara pihak yang memiliki (surplus) dana dengan pihak yang membutuhkan (defisit) dana. Lembaga keuangan adalah setiap Perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dan atau kedua-duanya. Artinya kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan selalu berkaitan dengan bidang keuangan. Lembaga keuangan merupakan lembaga yang kegiatannya menghimpun dana dari

masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan/kredit, menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk investasi pada beragam asset keuangan (seperti saham) dan asset rill (seperti properti), Dewa P.K. Mahardika, (2015).

### **2.2.2. Lembaga Keuangan Bank**

Putri Debi Eka, (2021) menyatakan bahwa Lembaga keuangan bank memiliki fungsi untuk menerima dana (funding) dan memberi pinjaman (financing) kepada seluruh lapisan masyarakat. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Secara umum dapat dikatakan, bahwa bank sebagai lembaga keuangan menjadi pihak perantara bagi sektor rumah tangga dan industri, khususnya didalam menyerap dana dari sektor rumah tangga dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kepada sektor industri sebagai kredit investasi. Wiwoho Jamal, (2014)

Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 yang disyahkan tanggal 10 november 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Fungsi

utama dari bank adalah menyediakan jasa menyangkut penyimpanan dana dan perluasan kredit. Secara umum, jenis-jenis bank antara lain bank sentral, bank umum Bank Perkreditan Rakyat Wiwoho Jamal, (2014)

### **2.2.3. Pengertian Lembaga Keuangan Non Bank**

Wiwoho Jamal, (2014) mengatakan bahwa lembaga keuangan bukan bank ialah badan yang melakukan kegiatan dibidang keuangan, yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana terutama dengan jalan mengeluarkan kertas berharga dan menyalurkannya kedalam masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan perusahaan untuk mendapatkan kemakmuran dan keadilan masyarakat. Lembaga keuangan bukan bank atau sering juga digunakan istilah lembaga keuangan non bank adalah semua badan yang melakukan kegiatan dibidang keuangan, yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana terutama dengan jalan mengeluarkan kertas berharga dan menyalurkan dalam masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan untuk mendapatkan kemakmuran dan keadilan masyarakat. Lembaga keuangan non bank berdasarkan surat keputusan Menteri Keuangan RI No. KEP-38/MK/IV1972 merupakan suatu Lembaga atau badan yang melakukan aktivitas keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung, menghimpun dana dari Masyarakat dengan menerbitkan surat-surat berharga dan

menyalurkan dana tersebut untuk membiayai investasi diberbagai Perusahaan. Tawaduk Fauziah, (2020)

Adapun jenis jenis Lembaga keuangan bukan bank yang ada di Indonesia saat ini antara lain :

1. Perusahaan Asuransi, merupakan Perusahaan yang bergerak dalam usaha pertanggungan
2. Dana Pensiun, merupakan Perusahaan yang kegiatannya mengelola dana pensiun suatu Perusahaan pemberi kerja.
3. Koperasi Simpan Pinjam, yaitu menghimpun dana dari anggotanya kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada para anggota koperasi dan masyarakat umum
4. Pasar Modal, merupakan pasar tempat pertemuan dan melakukan transaksi antara pencari dana dengan penanam modal, dengan instrumen utama saham dan obligasi.
5. Perusahaan Pegadaian, merupakan Lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu.
6. Pasar Uang, yaitu pasar tempat memperoleh dana dan investasi dana.

Lembaga keuangan non bank bertujuan untuk mendorong pengembangan pasar uang dan pasar modal serta membantu permodalan perusahaan-perusahaan, terutama pengusaha golongan ekonomi lemah. Tawaduk Fauziah, (2020)

#### **2.2.4. Sejarah Koperasi di Indonesia**

Pertumbuhan Koperasi di Indonesia diketahui dimulai dengan pendirian koperasi yang dipelopori oleh R. Aria Wiriatmadja Patih di Purwokerto pada tahun 1896. Beliau mendirikan koperasi yang bergerak di bidang Simpan Pinjam. Selanjutnya Boedi Oetomo yang didirikan pada tahun 1908 menganjurkan berdirinya koperasi untuk keperluan rumah tangga. Demikian pula serikat Islam yang didirikan tahun 1911 juga mengembangkan koperasi yang bergerak di bidang keperluan sehari-hari dengan cara membuka toko-toko Koperasi, sampai saat ini perkembangan koperasi sangat meningkat dan cukup memberikan harapan bagi setiap anggotanya walaupun program pemerintah cukup gencar dan menimbulkan distorsi pada pertumbuhan kemandirian koperasi, tetapi hanya menyentuh sebagian dari populasi koperasi yang ada. Sehingga pada dasarnya masih besar elemen untuk tumbuhnya kemandirian koperasi. Pamura Daud, (2018)

#### **2.2.5. Konsep Koperasi**

Selama ini dapat di pahami bahwa perkembangan koperasi dalam perekonomian nasional jauh dari harapan, terutama dalam hal melakukan secara keseluruhan basis perekonomian Negara, perkembangan koperasi sebenarnya masih jauh tertinggal dari sector pemerintah dan dua pelaku ekonomi lainnya (BUMN) serta pihak swasta (BUMS). Padahal

diketahui bahwa satu-satunya bidang usaha adalah koperasi yang keberadaannya diakui oleh Konstitusi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 UUD 1945. Namun demikian, pada tahun 1997 selama bencana keuangan dan ekonomi, perusahaan kecil dan koperasi bertahan hingga tahun 2000-an, beberapa orang bahkan mengalami kebangkrutan. Jelas ini adalah sesuatu yang harus diperhitungkan disatu sisi seperti nilai ekonomi koperasi perekonomian bangsa masih tertinggal dari perekonomian bangsa lain. Sisi sebaliknya, selama krisis keuangan/ekonomi, keberadaan koperasi masih bisa dibentuk koperasi didefinisikan sebagai badan usaha menurut hukum perkoperasian Indonesia, hal ini menempatkan koperasi pada posisi di kelola secara professional, sehingga kedepannya diharapkan mampu menopang perekonomian Negara drngan kokoh. Pertimbangan financial dalam hal ini biaya merupakan salah satu variable menentu penentu, kapasitas untuk menangani uang dan sumber daya. Inanna & Rahmatullah, (2023)

Munculnya koperasi di mulai pada awal abad ke-19, di mulai dengan diterapkannya sistem kapitalis di Eropa, yang menimbulkan rasa penindasan di kalangan pekerjaan, merekamemutuskan untuk mendirikan koperasi untuk meringankan rasa sakit mereka. Karena koperasi dikembangkan dengan ideolohi sosialis yang kuat, perkembangan awalnya tidak dapatdipisahkan dari gerakan sisoalis. Koperasi merupakan gerakan dalam evolusi ini yang mendukung cara-cara demokratis

untuk mengatasi kekuatan koperasi kapitalis. Akibatnya, system politik demokrasi lebih mudah di terapkan di Negara-negara kapitalis dimana koperasi dapat tumbuh. Inanna & Rahmatullah, (2023)

### **2.2.6. Inti Koperasi : Kerjasama**

Secara harfiah kata “Koperasi” berasal dari : *Cooperation* (Latin), atau *Cooperation* (Inggris), atau *Co-operatie* (Belanda), dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai : bekerja sama, atau bekerja bersama, atau kerja sama, merupakan koperasi. Koperasi adalah organisasi atau lembaga ekonomi modern yang memiliki tujuan, memiliki system pengelolaan, memiliki tertib organisasi (memiliki rules dan regulations) serta memiliki asas dan sendi sendi dasar, Sudarsono, (2002).

Terdapat beberapa faktor penyebab terwujudnya kerjasama atau koperasi ini, yaitu adanya kesamaan kepentingan, adanya kesadaran dan kebutuhan dari setiap pelakunya bahwa mereka merupakan suatu kelompok yang tak ingin dikucilkan. Faktor lainnya yang mendukung terwujudnya kerjasama adalah unsur kerelaan hati, dalam hati tanpa ada paksaan dari pihak lain. Faktor terakhir yang tak kalah penting adalah adanya kesamaan tujuan dari para pelaku. Daya tarik untuk aktif dalam kerjasama ini adalah karena adanya tujuan yang hendak dicapai. Sudarsono, (2002).

Pada dasarnya segala bentuk kerjasama itu bertujuan untuk mempertahankan diri terhadap tindakan pihak luar, dengan menarik manfaat yang sebesar besarnya dari suatu suasana hidup berkumpul Sudarsono, (2002).

### 2.2.7. Jenis Jenis Koperasi

Salah satu tujuan pendirian koperasi adalah didasarkan pada kebutuhan dan kepentingan para anggotanya. Masing-masing kelompok masyarakat yang mendirikan koperasi tentu saja memiliki kepentingan ataupun tujuan yang berbeda beda. Perbedaan kepentingan ini menyebabkan koperasi dibentuk dalam beberapa jenis sesuai dengan kebutuhan kelompok tersebut. Hery, (2020).

#### 1. Koperasi produksi

Koperasi produksi adalah sebuah koperasi yang memiliki tujuan untuk membantu usaha para anggotanya atau melakukan usaha secara bersama sama. Bentuk koperasi produksi yaitu seperti koperasi produksi untuk petani, peternak, pengrajin.

#### 2. Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi adalah sebuah koperasi yang menjual berbagai barang kebutuhan pokok untuk para anggotanya. Koperasi ini dapat menjual berass, telur, gula, tepung dan lain sebagainya.

### 3. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi simpan pinjam (KSP) biasanya juga dikenal sebagai koperasi kredit. Koperasi ini menyediakan pinjaman uang dan untuk tempat menyimpan uang. Uang pinjaman diperoleh dari dana yang dikumpulkan secara bersama sama oleh para anggotanya.

#### 2.2.8. Dasar Hukum Koperasi

Dasar-dasar hukum koperasi dikutip dalam (Dinas Kominfo) terdiri dari :

1. UU No 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. PP 4/1994 Tentang Persyaratan dan Tata cara pengesahan Akta Pendirian, dan perubahan Anggaran Dasar Koperasi. PP 17/1994 tentang pembubaran koperasi oleh pemerintah. PP/9/1995 tentang PeUU No 25 tahun 1992 tentang perkoperasian.
2. PP 4/1994 tentang persyaratan dan tata cara pengesahan akta pendirian, dan perubahan anggaran dasar koperasi.
3. PP 17/1994 Tentang pembubaran koperasi oleh pemerintah.
4. PP 9/1995 tentang pelaksanaa kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi
5. PP 33/98 tentang modal penyertaan pada koperasi.
6. Kepmen koperasi dan UKM 98/2004 tentang notaris pembuat akta koperasi

7. Permen koperasi dan UKM 10/2015 tentang kelembagaan koperasi
8. Permen koperasi dan UKM 15/2015 tentang usaha simpan pinjam oleh koperasi
9. Permen koperasi dan UKM 9/2018 tentang penyelenggaraan dan pembinaan perkoperasian
10. Kepmen 22/2020 tentang tata cara penyampaian data debitur koperasi dalam rangka pemberian subsidi bunga/subsidi margin untuk kredit/pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah dalam rangka mendukung pelaksanaan program pemulihan ekonomi nasional.

#### **2.2.9. Prinsip Koperasi**

Prinsip prinsip yang perlu diterapkan oleh anggota pendiri koperasi berdasarkan pasal 5 UU 25/1992 tentang perkoperasian dituliskan dalam Huda, (2021), yaitu :

1. Seluruh anggota koperasi bersifat sukarela dan terbuka.
2. Segala bentuk pengelolaan dilakukan secara demokratis.
3. Pembagian sisa hasil uang (SHU) dilakukan secara adil dan menyesuaikan dengan besarnya jasa yang dilakukan tiap anggota.
4. Pembagian balas jasa terbilang wajar atau terbatas pada modal
5. Mampu berdiri sendiri atau mandiri

6. Memberikan Pendidikan seputar dunia koperasi pada setiap anggota
7. Kerjasama antar koperasi.
8. Kepedulian terhadap Masyarakat

#### **2.2.10. Fungsi Koperasi**

Fungsi didirikannya suatu koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi para anggotanya dan juga dimaksudkan untuk pembangunan suatu tatanan perekonomian tertentu. Fungsi koperasi menurut Pamura Daud, (2018) ialah:

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya;
2. Berperan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan masyarakat;
3. Memperkuat perekonomian rakyat sebagai asaz kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai penopang utamanya, dan
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan ekonomi nasional yang merupakan usaha bersama berasaskan kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

#### **2.2.11. Perbedaan Koperasi dan Non-Koperasi**

Ditinjau dari dimensi kekuasaan tertinggi dalam menentukan kebijaksanaan usaha, perbedaannya bahwa koperasi

ada tangan para anggota melalui alat kelengkapan koperasi yang disebut “Rapat Anggota Tahunan”. Sedangkan dalam badan usaha non-koperasi kekuasaan tersebut berada pada para pemegang saham. Selain itu, bekerjanya kekuasaan tersebut didalam koperasi didasarkan pada prinsip satu orang satu suara, sedangkan bagi non-koperasi hal itu atas dasar besarnya jumlah modal (uang) yang diinvestasikan melalui saham saham. Sudarsono, (2002).

Ditinjau dari dimensi usaha perbedaannya yaitu bila koperasi usahanya ditujukan kepada dua sektor, yakni sektor intern (anggota) dan sektor ekstern (bukan anggota/umum). Sedangkan bagi non-koperasi aspek tersebut hanya ditujukan untuk umum/Masyarakat. Sudarsono, (2002).

Ditinjau dari ketatalaksanaan usaha, koperasi pada prinsipnya adalah “*open management*” (keterbukaan management). Pada non-koperasi adalah bersifat tertutup. Dari dimensi dasar keyakinan usaha, maka pada koperasi lebih mengutamakan pada kekuatan sendiri. Sedangkan non-koperasi mendasarkan keyakinan usahanya pada kekuatan modal dan pasar. Sudarsono, (2002).

Ditinjau dari dimensi kemanfaatan usaha maka perbedaannya bahwa bagi koperasi usahanya bermanfaat bagi anggotanya dan juga Masyarakat. Sedangkan pada non-koperasi kemanfaatan usaha tersebut tertuju pada pemilik pemilik modal dan Masyarakat Sudarsono, (2002).

### 2.2.12. Pengertian Lokasi

Lokasi menurut Kotler dan Amstrong (2014) adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan Perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Sedangkan menurut Tengku (2020) penempatan atau lokasi merupakan bagian yang sangat penting. Menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis Perusahaan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha Rohimah Rina, (2020).

Menurut Tjiptono lokasi (2015) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi didefinisikan sebagai lokasi jasa yang digunakan dalam penyampaian jasa kepada pelanggan yang dituju Agestina & Susilowati, (2019). Saat memutuskan lokasi layanan yang akan digunakan, pertimbangan harus diberikan pada bagaimana layanan akan diberikan kepada pelanggan dan dimanakah dilakukan. Lokasi sama pentingnya dengan lingkungan tempat dan bagaimana layanan disediakan sebagai bagian dari nilai dan manfaat layanan. Menurut Bilgies, dkk. (2021) place adalah tempat dimana kita menentukan aktivitas bisnis yang akan dilaksanakan dalam upaya untuk mencapai suatu tujuan Perusahaan. Faktor penting dalam

pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan.

### 2.2.13. Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) lokasi dapat diukur dengan menggunakan indikator :

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas menyangkut dua pertimbangan utama tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
4. Ekspansi yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
6. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat usaha yang sejenis atau tidak.
7. Peraturan pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha tertentu, misalnya bengkel

kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

#### **2.2.14. Pertimbangan Penentuan Lokasi**

Penentuan lokasi tidak dapat dilakukan secara sembarangan tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor.

Menurut Kasmir (2014) hal hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Dekat dengan Kawasan industri
- b. Dekat dengan perkantoran
- c. Dekat dengan pasar
- d. Dekat dengan perumahan atau Masyarakat
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi

Secara khusus ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi menurut Kasmir (2014) yaitu :

- a. Faktor Utama (Primer)
  1. Dekat dengan pasar
  2. Dekat dengan perumahan atau masyarakat
  3. Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
  4. Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, kereta api pelabuhan laut dan Pelabuhan udara.

5. Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.
  6. Sikap Masyarakat
- b. Faktor Sekunder
1. Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah atau Pembangunan Gedung.
  2. Prospek perkembangan harga tanah, Gedung, atau kemajuan dilokasi tersebut
  3. Kemungkinan untuk perluasan lokasi
  4. Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat pembelanjaan atau perumahan
  5. Masalah pajak dan peraturan perburuhan didaerah setempat
  6. Terdapat Lembaga keuangan
  7. Persediaan air
  8. Iklim dan keadaan tanah

#### **2.2.15. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan terhadap yang baik pula pada pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak Perusahaan. Pelayanan sering dipandang sebagai fenomena yang rumit. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Wibawa (2014), pelayanan

adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Anggota yang tidak puas perlu diperhatikan dan dicarikan jalan penyelesaian masalah yang dihadapinya. Biasanya anggota tidak puas akan langsung menceritakannya kepada orang lain sebagai ungkapan kekesalannya atau sebagai complain ketidak puasannya. Ketidak puasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat. Ginting & Barus, (2022).

Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Suatu pelayanan dapat terjadi antara seseorang dengan seseorang, seseorang dengan kelompok, ataupun kelompok dengan seseorang seperti halnya orang orang yang berada disekitarnya yang membutuhkan informasi organisasi tersebut. Ginting & Barus, (2022).

#### **2.2.16. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi tercipta hubungan dinamis antara pengguna maupun pemberi layanan. Kualitas mencakup marketing, manufacture, maintenance produk dan jasa agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Rangkuti (2017) kualitas pelayanan adalah suatu jenis usaha yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan atau pihak-pihak tertentu dengan memberikan suatu manfaat yang baik sesuai dengan jenis usaha yang diberikan Ardhana et al., (2022). Kualitas jasa pelayanan diharapkan sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan disampaikan sejalan dengan yang konsumen inginkan. Kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi maupun pemberi layanan, baik jasa maupun manusia.

Menurut Tjiptono dalam Utomo & Syarif, (2017) Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa ,manusia dan proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dan kualitas pelayanan. Selanjutnya menurut Muhammad Baqiyatus Salafis Soleh, (2022) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian dari keunggulan guna mencukupi keinginan para pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah Upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut Rizal et al., (2021). Hal ini pula menyebabkan terjadinya sebuah kesenjangan persepsi aktual yang dirasakan konsumen setelah menggunakan layanan jasa dengan ekspektasi konsumen sebelum menggunakan layanan jasa tersebut. Menurut Utami (2014) kualitas pelayanan adalah satuan

aktivitas dari bisnis untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik sebagai bentuk penghargaan terhadap pelanggan dengan membangun pengalaman berbelanja yang menyenangkan Ardhana et al., (2022).

Pelayanan diberikan sebagai tindakan ataupun perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya, karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tau tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Seorang konsumen atau nasabah dapat mengetahui kualitas jasa (pelayanan) dengan cara membandingkan yang diharapkan dengan kenyataan yang sebenarnya. Pelayanan koperasi dalam melayani pelanggan dalam hal ini anggota diwujudkan dengan peranan yang nyata dari manusia sebagai sumber daya yang dimanfaatkan untuk melakukan proses kegiatan koperasi yang didukung oleh persediaan modal koperasi, pelayanan yang diberikan harus memenuhi harapan pelanggan dan produk jasanya sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada. Ardhana et al., (2022).

### **2.2.17. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Tjiptono dan Chandra (2016) Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangible*), artinya, jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti Gedung kantor, ruangan, pakaian dan penilaian petugas karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor. Prasarana yang berkaitan dengan layanan juga harus diperhatikan oleh manajemen Perusahaan menjadi pertimbangan dalam memilih suatu produk/jasa.
2. Reliabilitas (*Reliability*), artinya keadaan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Produk dan jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Para anggota juga harus selalu jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dan tanggap. Serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan kemudian memberikan jasa secara tepat. Unsur lain yang juga penting dalam elemen reabilitas ini anggota Perusahaan harus siap selalu membantu pelanggan.
4. Jaminan/Keyakinan (*Assurance*), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan dan Perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai

pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu ragan.

5. Empati (*Empathy*), artinya jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan, kesediaan membantu nasabah, menanggapi setiap permintaan nasabah, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.

#### **2.2.18. Pengertian Kepuasan Anggota**

Kata kepuasan berasal dari Bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “Upaya satuan pemenuhan” atau “membuat sesuatu memadai”. Tjiptono (2015) kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Kepuasan konsumen itu selaras dengan kepuasan anggota pengguna jasa simpan pinjam itu sendiri. Kepuasan adalah suatu proses yang dinamis secara berkala oleh suatu Perusahaan manufaktur atau jasa. Ardhana et al., (2022)

Menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul

karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja yang diharapkan dibawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan menjadi anggota koperasi tersebut. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kerja keras kinerja dan harapan. Fitriyani & Lestari, (2022). Kepuasan anggota merupakan salah satu factor penentu dari keberhasilan koperasi, maka harus memperhatikan antara harapan yang diinginkan oleh anggota dengan jasa yang diberikan. Kepuasan anggota ini merupakan penilaian evaluative setelah ada seleksi pembelian khusus dan pengalaman memakai produk. Puas atau tidaknya merupakan bentuk respon hasil evaluasi ketidaksesuaian tentang apa yang dirasa dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan masyarakat merupakan perasaan senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan. Fitriyani & Lestari, (2022).

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama.

### 2.2.19. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya :

1. Sistem Keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan.

2. *Ghost Shopping*

*Ghost Shopping* adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, lalu melaporkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk Perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalamannya. *Ghost Shopper* juga dapat mengganti cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan Perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya, kepuasan diukur melalui survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung.

Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa Perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

### **2.2.20. Indikator Kepuasan Anggota**

Indikator kepuasan anggota adalah tingkat rasa puas nasabah setelah membandingkan apa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Anggota yang puas dengan nilai yang didapat dari suatu produk dan jasa dapat menjadi anggota yang loyal dalam jangka Panjang. Indikator kepuasan anggota menurut Fandy Tjiptono (2014) antara lain :

1. Barang dan jasa berkualitas  
Produk berkualitas baik dan layanan prima
2. Relationship marketing  
Upaya menjalin relasi jangka Panjang dengan para pelanggan
3. Program promosi  
Memberikan semacam penghargaan pelanggan
4. Fokus pada pelanggan terbaik  
Berkonsentrasi pada 20% dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80% dari penjualan.
5. Sistem penanganan complain yang efektif  
Memiliki system penanganan complain yang efektif

6. *Unconditional guarantes*

Janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima

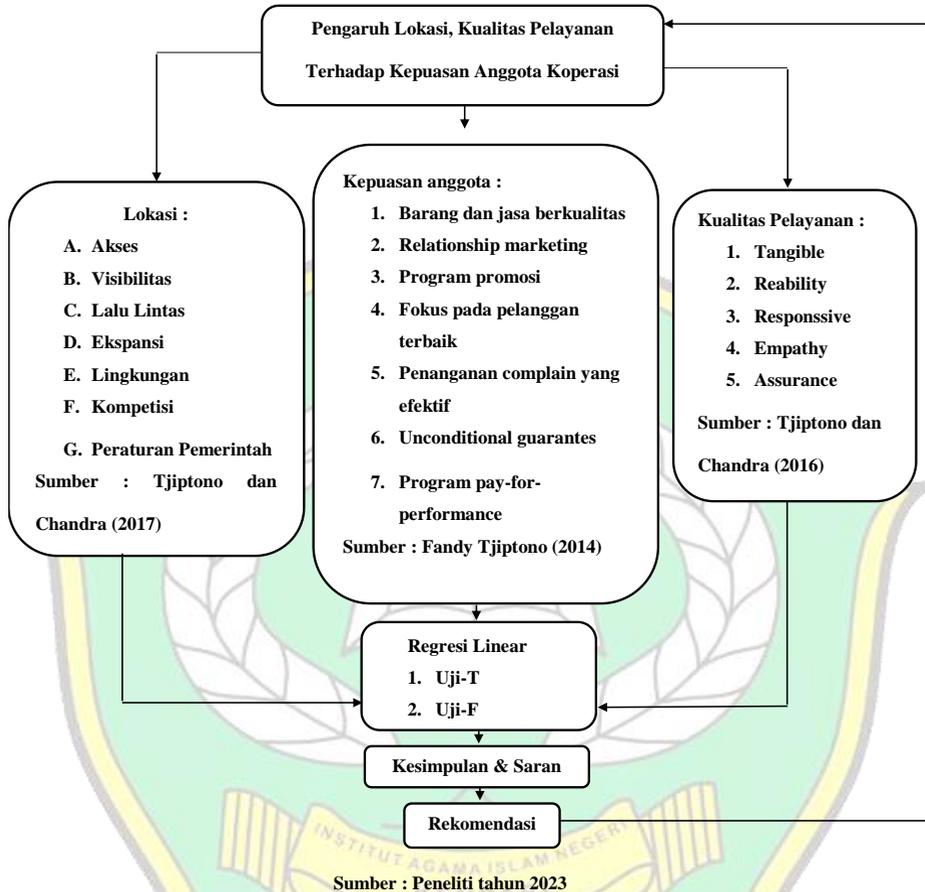
7. *Program pay-for-performance*

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi.

### **2.3. Kerangka Pikir**

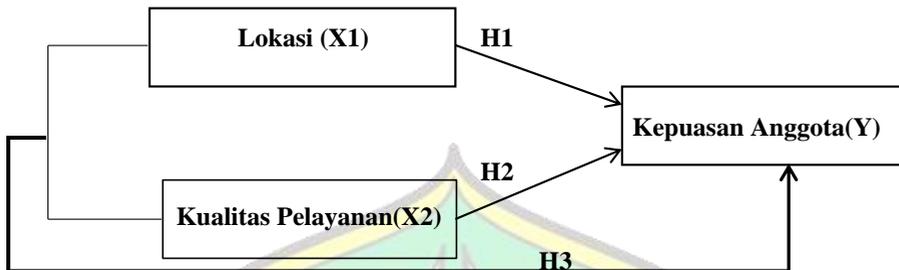
Penelitian kuantitatif merupakan penelitian data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Serta dalam penelitian menggunakan sampel dan data, pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampel simple random sampling. Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiono, (2017). Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang akan diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Berdasarkan kajian teori yang dikemukakan dihasilkan kerangka pikir berikut :

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pikir**



## 2.4. Desain Konsep

Gambar 2.2 Kerangka Konsep



## 2.5. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah di penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan Sugiono, (2017).

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang digunakan dalam pnelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) H1 : Diduga Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Desa Wonua Morome
- b) H2 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Desa Wonua Morome
- c) H3 : Diduga Lokasi dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Desa Wonua Morome.