

## MINAT MASYARAKAT DESA MENJADI ANGGOTA KOPERASI: PERAN KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN

Nyoman Dwika Ayu Amrita<sup>1</sup>, I Made Putra Yasa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

Corresponding Author: <sup>1</sup>[dwika.ayu@unr.ac.id](mailto:dwika.ayu@unr.ac.id)

### Article History

Received: 22-10-2022

Revised: 01-11-2022

Accepted: 13-11-2022

### Kata Kunci:

Kepercayaan; Kualitas Pelayanan; Minat Masyarakat

### Keywords:

Trust; Service Quality; Public Interest

### ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi anggota koperasi. Penelitian ini dilakukan pada Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Metode penentuan sampel menggunakan non random sampling, dengan teknik pengumpulan data melakukan wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 55 responden. Kuesioner tersebut kemudian ditabulasi dan diuji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik dilakukan setelah data memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi anggota koperasi pada Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara simultan kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi anggota koperasi pada Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga.

### ABSTRACT:

This study aims to determine the effect of trust and service quality on people's interest in becoming members of a cooperative. This research was conducted at the Cooperative Tani Mertanadi in Pelaga Village, Petang District, Badung Regency. The method of determining the sample uses nonrandom sampling, with data collection techniques conducting interview, questionnaire, observation and documentation. The sample obtained in this study were 55 respondents. The questionnaire was then tabulated and tested for validity and reliability. The classical assumption test is carried out after the data meet the

*validity and reliability requirements. Furthermore, the data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The results showed that partially trust and service quality had a positive and significant effect on public interest in becoming a member of the cooperative at the Cooperative Tani Mertanadi in Pelaga Village. The results also show that simultaneously trust and service quality have a positive and significant effect on people's interest in becoming a member of the cooperative at the Cooperative Tani Mertanadi Cooperative in Pelaga Village.*

## PENDAHULUAN

Koperasi merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana anggotanya yang kemudian didistribusikan kembali kepada anggotanya (Rizkulillah, 2022). Sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan, koperasi harus dikembangkan menjadi unit usaha yang tangguh dan kompetitif dalam rangka menghadapi era global yang pro dengan pasar bebas. Di Bali khususnya terdapat Koperasi Tani Mertanadi, yaitu salah satu koperasi yang berada di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Koperasi Tani Mertanadi didirikan pada tanggal 12 Februari 2010, yang pada awalnya anggota dari Koperasi Tani Mertanadi ini berjumlah 25 orang, tapi dari tahun ke tahun jumlah anggota terus meningkat dan bertambah banyak. Dengan jumlah penduduk sekitar 4000 orang di desa Pelaga. Saat ini jumlah anggota dari Koperasi Tani Mertanadi sebanyak 120 orang. Jumlah tersebut masih bisa ditingkatkan dilihat dari jumlah warga yang ada di Desa Pelaga. Cara agar masyarakat mau menjadi anggota koperasi adalah dengan meningkatkan minat masyarakat.

Minat adalah keinginan kuat seseorang untuk mencapai apa yang diinginkan dan tidak akan membiarkan hal apapun yang dapat mengganggu pencapaian tersebut (Dyer, 2010). Minat dapat direpresentasikan sebagai efek linier dan merujuk kepada faktor daya tarik yang mempengaruhi perilaku tertentu. Semakin kuat minat seseorang, maka semakin besar juga kemungkinan perilaku tersebut dilakukan, atau dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan spesifik individu untuk suatu tindakan atau serangkaian tindakan. Cara untuk meningkatkan minat masyarakat agar mau menjadi anggota Koperasi Tani Mertanadi antara lain dengan cara menumbuhkan rasa kepercayaan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Morgan dan Hunt (dalam Suhardi, 2010: 51) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak lain. Definisi tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan adalah kesediaan atau kerelaan untuk bersandar pada rekan yang terlibat dalam pertukaran yang diyakini. Dengan menumbuhkan rasa kepercayaan dari masyarakat, maka dengan suka rela masyarakat akan memiliki minat untuk menjadi anggota koperasi. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan atau evaluasi tentang kesempurnaan kinerja layanan yang bersifat dinamis sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik (Aptaguna dan Pitaloka, 2016).

Berdasarkan hasil observasi, diindikasikan ada beberapa hal yang menyebabkan jumlah anggota mengalami penurunan antara lain karena adanya anggota yang mundur dari

keanggotaan koperasi menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan anggota kepada Koperasi Tani Mertanadi Desa Pelaga menurun. Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting, dengan adanya kepercayaan maka akan terjadi peningkatan anggota. Karena kepercayaan masyarakat dibentuk oleh masyarakat sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, seperti belum memaksimalkan penanganan karyawan terhadap komplain dan kritikan dari anggota Koperasi Tani Mertanadi Desa Pelaga. Hal tersebut menyebabkan minat dari masyarakat untuk menjadi anggota koperasi menurun.

## **LANDASAN TEORI**

### **Minat**

Minat adalah keinginan kuat seseorang untuk mencapai apa yang diinginkan dan tidak akan membiarkan hal apapun yang dapat mengganggu pencapaian tersebut (Dyer, 2010). Minat dapat direpresentasikan sebagai efek linier dan merujuk kepada faktor daya tarik yang mempengaruhi perilaku tertentu. Semakin kuat minat seseorang, maka semakin besar juga kemungkinan perilaku tersebut dilakukan, atau dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan spesifik individu untuk suatu tindakan atau serangkaian tindakan. Cara untuk meningkatkan minat masyarakat agar mau menjadi anggota Koperasi Tani Mertanadi antara lain dengan cara menumbuhkan rasa kepercayaan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

### **Kepercayaan**

Morgan dan Hunt (dalam Suhardi, 2010: 51) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak lain. Definisi tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan adalah kesediaan atau kerelaan untuk bersandar pada rekan yang terlibat dalam pertukaran yang diyakini. Dengan menumbuhkan rasa kepercayaan dari masyarakat, maka dengan sukarela masyarakat akan memiliki minat untuk menjadi anggota koperasi. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan atau evaluasi tentang kesempurnaan kinerja layanan yang bersifat dinamis sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik (Aptaguna dan Pitaloka, 2016).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dimana data tersebut dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari kuesioner yang disebar ke anggota koperasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi yaitu 120 orang. Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin ditentukan hasil sampel sebanyak 55 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji pengaruh parsial (t-test) dan uji pengaruh simultan (F-test).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda, maka model persamaan regresi harus melalui uji asumsi klasik agar hasil uji hipotesis tidak bias. Berikut

disajikan hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasilnya disajikan sebagai berikut:

Tabel 1  
Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24195044
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.090
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.696
Asymp. Sig. (2-tailed)		.718

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,718. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal.

Tabel 2  
Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	Nilai VIF
Kepercayaan	0,399	2,509
Kualitas Pelayanan	0,399	2,509

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Dari Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Tabel 3  
Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig.	Keterangan
Kepercayaan	0,411	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,698	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Sig. masing-masing variabel > 0,05, yaitu variabel kepercayaan nilai Sig. sebesar 0,411 dan variabel kualitas pelayanan nilai Sig. sebesar 0,689. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui arah hubungan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat menjadi anggota koperasi pada Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga digunakan analisis regresi, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ .

Tabel 4  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.915	1.060		2.750	.008
	Kepercayaan	.505	.097	.456	5.186	.000
	Kualitas Pelayanan	.172	.029	.517	5.877	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 4, maka persamaan regresi linier berganda akan menjadi:  $Y = 2,915 + 0,505 X_1 + 0,172 X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan pola pengaruh variabel bebas Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat Minat Masyarakat adalah positif. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah.

### Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Minat Masyarakat yang dinyatakan dalam presentase.

Tabel 5  
Hasil Analisis Determinasi  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 <sup>a</sup>	.840	.834	1.266

Sumber: Hasil Pengelolaan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,834. Ini berarti besarnya hubungan antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat adalah 83,4% sedangkan sisanya 16,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)**

Uji t digunakan untuk melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat.

Tabel 6  
Hasil Analisis Uji t  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.915	1.060		2.750	.008
Kepercayaan	.505	.097	.456	5.186	.000
Kualitas Pelayanan	.172	.029	.517	5.877	.000

Sumber: Hasil Pengelolaan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai  $t_1$ -hitung sebesar 5,186 dan  $t_1$ -hitung berada pada daerah penolakan  $H_0$ , oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_2$ -hitung sebesar 5,887 dan  $t_2$ -hitung berada pada daerah penolakan  $H_0$ , oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat.

**Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)**

Uji F (F-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Minat Masyarakat. Jika hasil uji F adalah signifikan berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan model layak digunakan sehingga pembuktian hipotesis dilanjutkan.

Tabel 7  
Hasil Analisis Uji F  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.890	2	218.445	136.378	.000 <sup>a</sup>
	Residual	83.292	52	1.602		
	Total	520.182	54			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis dapat dijelaskan bahwa bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 136,378 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ , oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat. Nilai t-hitung variabel Kepercayaan lebih besar dari nilai t-tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Kepercayaan maka Minat Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Pada Koperasi Tani Mertandi di Desa Pelaga juga akan meningkat.
- b. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat. Nilai t-hitung variabel Kualitas Pelayanan lebih besar dari nilai t-tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan maka Minat Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Pada Koperasi Tani Mertandi di Desa Pelaga juga akan meningkat.
- c. Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat. Nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama maka akan meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Pada Koperasi Tani Mertandi di Desa Pelaga.

## Saran

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat menggunakan variabel lain dalam meningkatkan minat masyarakat seperti kinerja manajemen, citra lembaga, dan lainnya. Diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan kategori lainnya sebagai subjek penelitian, selain itu peneliti di masa mendatang juga dapat mengaplikasikan teknik penentuan sampel lain agar dapat digeneralisasi.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Bapak I Wayan Supariyasa, selaku ketua Koperasi Tani Mertandi. Untuk para pengurus dan staf yang bekerja di Koperasi Tani Mertandi saya juga mengucapkan terima kasih untuk partisipasinya melancarkan penelitian ini. Selain itu, saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aptaguna, A dan Pitaloka E. 2016. The Effect off Service Quality and Price on Purchase Intention of GO-JEK. *Jurnal Widyakala*. Vol. 3, 49-56.
- [2] Dyer, W.W. 2010. *The Power of Intention*. Hay House, Inc.
- [3] Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlanga.
- [5] Morgan, R.W. and Hunt S.D. 2004. The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 58 (3) No. 20.

- [6] Risal, Tautia dan Austin Plexander. 2019. Pengaruh Persepsi bagi hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 3 No. 2
- [7] Rizkulillah, Cahya Amalia, Happy Sista Devy dan Versiandika Yudha Pratama. 2022. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 2 No. 1.
- [8] Rozi, Ahmad Fathur dan Nasikan. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap minat beli Online Produk Batik Tulis Mutiara Sendang Lamongan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7 No. 2.
- [9] Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [11] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 *Tentang Perkoprasian*. Bandung: Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, UPTD Balai Pelatihan Tentang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Pemerintahan Jawa Barat.