

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN ANGGOTA DAN CITRA *CREDIT UNION* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA CU TRI TAPANG KASIH DI SEJIRAM KABUPATEN KAPUAS HULU

Fransiska Lenny

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak
email: fransiskalenny3@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu CU yang ada di Kalimantan Barat adalah CU Tri Tapang Kasih. CU Tri Tapang Kasih adalah suatu kumpulan orang – orang yang mempunyai tujuan sama, diikat dalam suatu organisasi yang berasaskan kekeluargaan dengan maksud mensejahterakan anggota. CU Tri Tapang Kasih menawarkan berbagai jenis produk simpanan, pinjaman dan juga layanan. Dengan semakin tingginya tingkat persaingan dibidang lembaga keuangan menuntut CU Tri Tapang Kasih untuk semakin membangun kepercayaan anggota dan juga meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini penulis menggunakan analisis kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, populasi seluruh anggota CU Tri Tapang Kasih di Sejiram Kabupaten Kapuas Hulu, sampel sebanyak 100 orang. Analisis setiap jawaban diberikan bobot dengan *SkalaLikert* dan perhitungan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. Hasil analisis dan pengujian hipotesis H1 ditolak dan H2 diterima. Penulis menyarankan agar CU Tri Tapang Kasih Sejiram tetap mempertahankan dan menjaga kepercayaan serta tetap meningkatkan citra Credit Union agar keputusan menjadi anggota semakin kuat.

KATA KUNCI: Kepercayaan Anggota, Citra Credit Union dan Keputusan Menjadi Anggota.

PENDAHULUAN

Credit Union merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggota tujuan operasional untuk menyediakan kredit dengan suku bunga pinjaman yang wajar dan menyediakan jasa keuangan lainnya kepada para anggotanya. Perkembangan *Credit Union* sebagai salah satu lembaga ekonomi Indonesia, eksistensi koperasi di Indonesia mengalami fluktuasi. Untuk mewujudkan tujuan Pembangunan Nasional di bidang ekonomi dan keuangan tersebut pemerintah senantiasa memperhatikan keserasian, keselarasan dan kesinambungan berbagai unsur pembangunan. Koperasi juga merupakan badan usaha yang melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Salah satu CU yang ada di Kalimantan Barat adalah CU Tri Tapang Kasih, dengan adanya CU Tri Tapang Kasih ini masyarakat harus berorientasi pada kepercayaan anggota, sehingga tidak disalah gunakan pemodal yang berbisnis dengan badan hukum koperasi. (Yulita & Gunawan, 2019).

KAJIAN TEORITIS

1. Kepercayaan Anggota

Kepercayaan adalah salah satu fitur utama dari hubungan pembeli-penjual dan kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Suatu kepercayaan perlu membangun hubungan pelanggan dan organisasi, seperti interaksi pribadi dengan karyawan koperasi kredit, pendapat tentang perusahaan secara keseluruhan, dan persepsi kepercayaan akan berubah sesuai pengalaman.(Abdul Muzammil et al., 2017 ; Kotler dan Keller, 2009: 219).

Kepercayaan anggota adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh anggota, Sangadji dan Sopia (2015: 202). Didasarkan atas pembelajaran kognitif, seseorang membentuk tiga jenis kepercayaan yang meliputi:

a. Kepercayaan atribut-objek(*object-attribute beliefs*).

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus disebut kepercayaan atribut-objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa.

b. Kepercayaan manfaat-atribut(*Attribute-benefit beliefs*).

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah mereka dan memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain, memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua yang disebut kepercayaan atribut-manfaat. Kepercayaan atribut manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu.

c. Kepercayaan manfaat-objek(*Object-benefit beliefs*).

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dengan manfaatnya. Kepercayaan objek manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu memberikan manfaat tertentu.

2. Citra Credit Union

Upaya Citra merupakan kesan objek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi yang terpercaya.Citra *Credit Union* diperlukan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan

melalui kombinasi dari periklanan, humas, bentuk fisik, kata- mulut, dan berbagai pengalaman aktual mengenai penggunaan barang dan jasa produk dari *Credit Union*. Citra *Credit Union* yang di dapat karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada *Credit Union* tersebut, sehingga akan bisa mengembangkan dirinya menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggotanya. (Putra et al, 2015 ; Rosa Lesmana et al,2017).

Upaya koperasi sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap. Rosa Lesmana et al. (2017), informasi yang lengkap mengenai citra *Credit Union* meliputi empat elemen sebagai berikut:

- a. *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
 - b. *Reputation*, hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
 - c. *Value*, Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
 - d. *Corporate Identity*, komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.
3. Keputusan menjadi anggota

Pengambilan keputusan merupakan keputusan yang dilakukan oleh manajer pemasaran yang akan selalu berada dalam suatu lingkungan yang kompleks dan penuh dengan ketidakpastian dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian,(Basu Swastha DH et all, 2008: 27 ; Thamrin Abdullah et al, 2018:123).

Keputusan menjadi anggota dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yang di kutip Muhammad Aries Sunarti et al. (2018), sebagai berikut:

- a. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

- b. Minat refensial yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat–sifat positif dari produk tersebut.

HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas serta model penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah:

- H₁: Kepercayaan anggota berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Credit Union.
- H₂: Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Credit Union.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis kualitatif yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara, kuesioner dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota CU Tri Tapang Kasih di Sejiram Kabupaten Kapuas Hulu, dengan jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Data diolah menggunakan program *statistical pacement for social science (SPSS) versi 20*.

PEMBAHASAN

Untuk menganalisis data pengaruh kepercayaan anggota dan kualitas layanan terhadap keputusan menjadi anggota maka diperlukan penghitungan data sebagai berikut:

- 1. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil data kuesioner pada CU Tri Tapang Kasih di Sejiram Kabupaten Kapuas Hulu valid atau tidak. Uji validitas yang dilakukan oleh penulis untuk mengukur pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis yang dilakukan oleh penulis adalah jika nilai $\text{Sig. (2-tailed)} < 0,05$ maka instrumen yang digunakan adalah valid atau layak untuk digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner reliabel atau tidak. Penulis menggunakan asumsi bahwa apabila nilai Alpha lebih besar dari r_{hitung} ($\text{Alpha} > r_{\text{hitung}}$), maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel atau dapat diandalkan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas pada Credit Union Semandang Jaya adalah untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Residual adalah selisih antara nilai duga (*predicted value*) dengan nilai pengamatan sebenarnya apabila data yang digunakan adalah data sampel.

b. Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Untuk menguji keberadaan multikolinearitas pada CU Tri Tapang Kasih dalam penelitian ini adalah dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor*. Untuk mengetahui apakah model regresi bebas dari multikolinearitas, dimana nilai *VIF* yang didapat harus kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,10.

c. Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika nilai Signifikan lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastitas dalam model regresi.

d. Uji Autokolerasi

Jika terjadi korelasi pada penelitian ini, maka dikatakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Dalam melakukan pengujian autokorelasi, peneliti menggunakan metode pengujian dengan cara Uji *Durbin-Watson*. Uji *Durbin-Watson* adalah uji yang menilai adanya autokorelasi pada nilai *residual*.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap suatu variabel dependen.

4. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi variabel independen terhadap variabel dependen pada CU Tri Tapang Kasih di Sejiram Kabupaten Kapuas Hulu.

6. Uji F

Uji digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Sebelum melakukan uji t maka dilakukan uji F terlebih dahulu terhadap model regresi dalam penelitian, yaitu untuk mengetahui layak atau tidak model regresi pada penelitian ini. Jika nilai F hitung $>$ F tabel (nilai SIG $<$ 0,05), maka model regresi pada penelitian ini layak untuk dilakukan.

7. Uji t

Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis berdasarkan t hitung yang diperoleh dibandingkan dengan nilai ttabel. Jika t hitung lebih besar dari ttabel (thitung $>$ ttabel) atau berdasarkan nilai signifikan (sig $<$ 0,05) maka bisa disimpulkan hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai thitung $<$ t tabel atau sig $<$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Keterangan dan Hasil	
Uji Validitas	
Kepercayaan Anggota	
X. _{1.1} = 0,579, X. _{1.2} = 0,596, X. _{1.3} = 0,491, X. _{1.4} = 0,588, X. _{1.5} = 0,650, X. _{1.6} =0,512.	
Citra Credit Union	
X. _{2.1} = 0,427, X. _{2.2} = 0,255, X. _{2.3} = 0,277, X. _{2.4} = 0,315, X. _{2.5} = 0,498, X. _{2.6} = 0,363, X. _{2.7} = 0,357, X. _{2.8} = 0,415, X. _{2.9} = 0,534, X. _{2.10} = 0,276, X. _{2.11} = 0,373, X. _{2.12} = 0,330.	
Keputusan Menjadi Anggota	
Y. _{1.1} = 0,634, Y. _{1.2} = 0,508, Y. _{1.3} = 0,477. Y. _{1.4} =0,431.	
Kesimpulan: Nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka dapat dikatakan ketiga variabel di atas valid.	
Keterangan dan Hasil	
Uji Reliabilitas	
Cronbach's Alpha	0,857
Kesimpulan: Semua variabel dikatakan reliabel karena memiliki <i>cronbach's alpha</i> yang lebih dari 0,60 atau <i>cronbach's alpha</i> > 0,60. Sehingga penelitian dapat dilanjutkan karena variabelnya memiliki reliabilitas.	
Keterangan dan Hasil	
Uji Normalitas	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,530 ^{c,d}
Dengan uji <i>One Sample Kolmogorov</i> yaitu nilai signifikansi (2-tailed) lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan nilai residual terdistribusi normal.	
Keterangan dan Hasil	
Uji Multikolinearitas	
Nilai <i>Tolerance</i>	0,897
Nilai <i>VIF</i>	1,115
Kesimpulan: Berdasarkan hasil pengujian variabel-variabel independen memiliki nilai <i>tolerance</i> > 0,1. dan nilai <i>VIF</i> < 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas	

antara variabel independen.	
Uji Heteroskedastisitas	
Kepercayaan Anggota	0,873
Citra Credit Union	0,895
Kesimpulan : Berdasarkan nilai signifikan yang didapatkan, semua variable tidak terjadi heteroskedastisitas karena mempunyai nilai lebih besar dari 0,05	
Uji Autokorelasi	
<i>Durbin-Watson (DW)</i>	1,354<1,990<2,2848
$DU < DW < 4 - DU$	
Kesimpulan: Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa nilai <i>DU</i> lebih kecil dari nilai <i>Durbin-Watson (DW)</i> dan nilai <i>Durbin Watson (DW)</i> lebih kecil dari $4 - DU$ (1,354<1,990<2,2848). Hal ini menunjukkan tidak terjadi masalah autokorelasi.	
Uji Korelasi Berganda	
Nilai R	0,580 ^a
Kesimpulan : Hasil uji korelasi berganda, semua variable bebas memiliki korelasi terhadap variable terikat karena nilai signifikan dibawah 0,05	
Uji Regresi Linear Berganda $Y = 3,035 + 0,030X_1 + 0,262X_2$	
Kesimpulan: Koefisien regresi variabel kepercayaan anggota sebesar 0,030 dan citra credit union sebesar 0,262 artinya variabel kepercayaan anggota dan citra credit union mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan menjadi anggota.	
Keterangan dan Hasil	
Uji Determinasi (R^2)	
Adjusted R Square (%)	0,323 (32,30%)
Nilai koefisien determinasi didapat pada adalah 0,323. Hal ini menunjukkan variabel kepercayaan anggota dan citra credit union berpengaruh sebesar 32,30% terhadap variabel keputusan menjadi anggota dan sisanya sebesar 67,70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dan tidak diteliti dalam penelitian ini.	
Uji F	
F hitung	24,613
Tingkat Signifikansi	0,000
Kesimpulan: Berdasarkan uji F bahwa $f_{tabel} < f_{hitung}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari	

0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi layak digunakan.	
Keterangan dan Hasil	
Uji T	
Kepercayaan Anggota	0,570
Citra Credit Union	6,439
Kesimpulan: Berdasarkan uji t yang dilakukan yang disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,985, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan anggota tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan menjadi anggota dan variabel citra credit union memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan menjadi anggota.	

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan anggota berpengaruh negatif terhadap keputusan menjadi anggota dan citra credit union berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota. Adapun saran yang penulis berikan untuk penelitian selanjutnya, agar dapat menambahkan variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, edisi pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bilson Simamora. 2004. *Riset Pemasaran (Falsafah, Teori, dan Aplikasi)*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Chang, William. 2014. *Metodologi Penulisan Ilmiah*. Jakarta; Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan. 2010. *Organisasi dan Motivasi (Dasar Peningkatan Produktivitas)*. Edisi ketujuh. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Lesmana, Rosaet al. 2017. Pengaruh *Citra Perusahaan* terhadap *Keputusan Pembelian Konsumen* PT. Garuda Indonesia TBK. (Persero)”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamina*. Vol.1, No.1.
- Muzammil, Abdul et al. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan *Citra Perusahaan* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol. 8, No. 3, Oktober. 104-133.
- Putra, Gagah BS. 2015. Pengaruh *Citra Perusahaan* Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26, No. 2 September.
- Rival, Vethzal et al. 2004. *Financial Institution Management*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.
- Riduwan. 2003. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, Sopia. 2015. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Proktis)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2010. *Uji Khi Kuadrat dan Regresi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunarti, Aies Muhammad et al. 2018. “Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 60, No.
- Swastha, Basu et al. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset. Edisi Kedua.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama dengan Jakarta Research Center (JBRC).
- Widiyanti, Ninik Sunindhia. 2008. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*, edisi kelima. Jakarta: Rineka Cipta.

Wijaya, Tony. 2013. *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<https://puskopditbkcukalimantan.org/artikel/lihat/pemerintah-apresiasi-tinggi-credit-union>

Yulita, Y. dan Gunawan, C.I. (2019). Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Referensi: *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 37-45.

