

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN ANGGOTA DAN CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG ANGGOTA PADA *CREDIT UNION KELING KUMANG KANTOR PUSAT DI TAPANG SAMBAS KABUPATEN SEKADAU*

Lusia Anggelina

Lusiaanggelinaa@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan anggota dan citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kausalitas dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang telah menjadi anggota *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan Skala Rating dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan dan citra koperasi akan meningkatkan keputusan menabung anggota.

Kata Kunci: kepercayaan anggota, citra koperasi, dan keputusan menabung anggota

PENDAHULUAN

Dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia, pada bisnis jasa juga mengalami peningkatan, terutama pada perusahaan jasa keuangan, *Credit Union*. *Credit Union* merupakan koperasi kredit yang juga memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan anggotanya, sehingga dengan adanya *Credit Union* maka dapat menopang perekonomian Indonesia.

Keberadaan *Credit Union* sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, salah satunya di Kabupaten Sekadau, mengingat kondisi pertumbuhan dan tingkat kesejahteraan masyarakat yang masih memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah, membuat *Credit Union* Keling Kumang membuka banyak cabang yang tersebar di Kabupaten Sekadau, salah satunya di Tapang Sambas yang merupakan Kantor Pusat dari *Credit Union* Keling Kumang yang ada di Kabupaten Sekadau dengan tujuan membantu meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian di Kabupaten Sekadau.

Credit Union Keling Kumang merupakan perusahaan jasa swasta yang juga ingin mencari laba atau keuntungan. Namun *Credit Union* Keling Kumang tidak hanya semata-mata hanya ingin mencari keuntungan saja, tetapi juga berupaya untuk meningkatkan kepercayaan anggota agar tidak khawatir dan tetap konsisten untuk menabung di *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Kepercayaan anggota dapat ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang jujur dan transparan, dimana setiap tahun *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau selalu melakukan Rapat Akhir Tahun (RAT). Kegiatan ini dilakukan agar anggota tahu bahwa jumlah anggota yang ada pada tahun tersebut, jumlah tabungan, jumlah kredit macet, program kerja selama satu tahun kedepan, dan kebijakan-kebijakan yang mengalami perubahan semua disampaikan kepada anggota. Dengan dilakukannya transparasi kepada anggota, maka anggota akan lebih percaya untuk menabung di *Credit Union* Keling Kumang.

Selain kepercayaan anggota, hal yang perlu diperhatikan adalah citra koperasi. Citra koperasi adalah persepsi dari orang-orang terhadap identitas yang dimiliki oleh *Credit Union*. *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau harus memberikan dan memperlihatkan citra yang baik kepada anggota. Citra yang baik dapat dilakukan dengan memiliki tujuan yang jelas dan bekerja sesuai dengan visi dan misi sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara terarah dan sampai pada tujuan yang ingin dicapai. Dalam mempertahankan citra koperasi yang baik terhadap anggota bukan sesuatu yang mudah, namun *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau akan terus berupaya untuk mempertahankannya, sehingga anggota akan selalu percaya dan melakukan keputusan menabung di *Credit Union* Keling Kumang Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

KAJIAN TEORITIS

1. Kepercayaan

Kepercayaan anggota menjadi salah satu hal yang penting untuk menjaga hubungan yang baik antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis (Sutrisno, *et al.* (2017:163). Dengan adanya kepercayaan antara satu pihak dengan pihak yang lain maka hubungan dan kegiatan dapat berjalan dengan baik, karena dasar yang paling

utama dalam sebuah hubungan adalah membangun adanya kepercayaan antar pihak. Priansa (2017: 115) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan suatu harapan yang menjadi pegangan oleh individu atau kelompok mengenai perkataan, janji, pernyataan lisan serta tulisaan dari individu atau kelompok lain sehingga dapat diwujudkan.

Menurut Sutrisno, *et al.* (2017:163) keyakinan bahwa pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan sehingga dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan dalam organisasi.

Adapun dimensi kepercayaan menurut Ali Hasan (2013) dalam Lestari (2019), dimensi pembentuk kepercayaan, yaitu :

- a. *Reability*, merupakan hal yang berkaitan dengan keandalan perusahaan dalam menyediakan layanan produk.
- b. *credibility*, merupakan hal yang berkaitan dengan tingkat keahlian yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan pekerjaan secara efektif.
- c. *Benevolence*, suatu hal yang berkaitan dengan niat dan motivasi.

2. Citra Koperasi

Citra Koperasi merupakan kesan yang dirasakan dan dipikirkan oleh seseorang atau kelompok mengenai sebuah objek. Citra Koperasi ini terdiri dari ide dan kesan yang dipegang oleh seseorang terhadap sebuah objek. Sebagian besar sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek di pengaruhi oleh image suatu objek. (Sutrisno, *et al.* 2017:163). Citra merek dapat terbentuk secara langsung dan tidak langsung. Terbentuk secara langsung yaitu melalui pengalaman konsumen dan kontak langsung dengan produk, merek, pasar sasaran, atau situasi pemakaian. Sedangkan terbentuk secara tidak langsung yaitu melalui iklan dan komunikasi gethok tular (Tjiptono, 2012 : 100).

Citra merupakan gambaran yang ada dalam bentuk publik tentang perusahaan atau koperasi. Citra adalah persepsi dari seseorang berdasarkan pertimbangan yang dimiliki terhadap identitas perusahaan atau koperasi dan citra menunjukkan kesan suatu objek lain yang berbentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber terpercaya. Citra merupakan salah satu asset yang penting dalam perusahaan yang harus dijaga dan dibangun secara terus menerus agar perusahaan dapat berjalan dengan baik sehingga dapat diterima di tengah-tengah masyarakat, (Hayati : 2018).

Adapun dimensi dari variabel citra koperasi, yaitu :

- a. *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran (pengetahuan yang dimiliki publik mengenai perusahaan) seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- b. *Reputasi*, adalah persepsi publik mengenai tindakan organisasi dimasa mendatang.
- c. *Value*, nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan atau koperasi, dimana budaya perusahaan seperti sikap manajer ataupun karyawan yang peduli dan cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan anggota.
- d. *Corporate identity*, komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik terhadap perusahaan atau koperasi, seperti logo, warna, dan slogan.

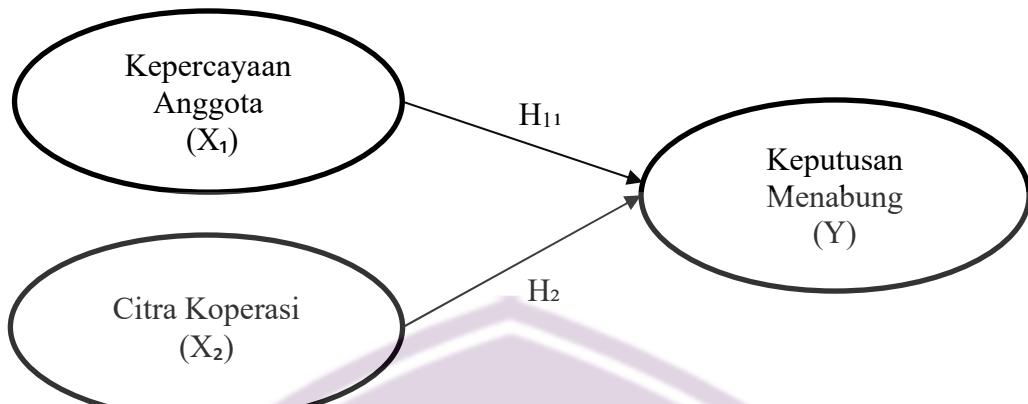
3. Keputusan Menabung

Menurut Fahmi (2017: 14) keputusan adalah proses penelusuran masalah mulai dari mencari latar belakang masalah, identifikasi masalah, sehingga membentuk suatu kesimpulan dan rekomendasi. Menurut Hayati (2018) minat merupakan pemutusan perhatian terhadap sesuatu yang diinginkan oleh seseorang. Hal ini dikarenakan adanya rasa suka, ketertarikan dan dorongan dari orang lain untuk melakukan. Menurut Priansa (2017: 168) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat untuk membeli yang berhubungan dengan perasaan emosi. Jika seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang dan jasa, maka hal ini akan memperkuat minat seseorang untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Minat beli konsumen dapat diukur dengan 4 indikator sebagai berikut :

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan atau menginformasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d. Minta eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

**GAMBAR 1
KERANGKA BERPIKIR**



Sumber: Hasil penelitian, 2021

HIPOTESIS

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan anggota terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan anggota terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kausalitas dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang telah menjadi anggota *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental*

sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan Skala *Rating* dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan dan citra koperasi akan meningkatkan keputusan menabung anggota.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan citra koperasi terhadap keputusan menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau. Oleh karena itu, penulis perlu mengetahui dan menganalisis tanggapan responden terhadap masing-masing indikator untuk variabel yang diukur dalam penelitian ini yang ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini:

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Keterangan	Hasil
Uji Validitas ($r_{tabel} = 0,1654$) Kepercayaan (X_1) $X_{1,1} = 0,659; X_{1,2} = 0,648; X_{1,3} = 0,621; X_{1,4} = 0,477; X_{1,5} = 0,688;$ $X_{1,6} = 0,660; X_{1,7} = 0,528; X_{1,8} = 0,561; X_{1,9} = 0,561$ Citra Koperasi (X_2) $X_{2,1} = 0,644; X_{2,2} = 0,659; X_{2,3} = 0,627; X_{2,4} = 0,560; X_{2,5} = 0,644;$ $X_{2,6} = 0,659; X_{2,7} = 0,627; X_{2,8} = 0,560; X_{2,9} = 0,644; X_{2,10} = 0,659;$ $X_{2,11} = 0,627; X_{2,12} = 0,560$ Keputusan Menabung Anggota (Y) $Y_{1,1} = 0,710; Y_{1,2} = 0,708; Y_{1,3} = 0,617; Y_{1,4} = 0,710; Y_{1,5} = 0,708;$ $Y_{1,6} = 0,617; Y_{1,7} = 0,710; Y_{1,8} = 0,708; Y_{1,9} = 0,617; Y_{1,10} = 0,710;$ $Y_{1,11} = 0,708; Y_{1,12} = 0,617$ Konklusi: tiap butir pertanyaan mengenai kepercayaan (X_1), citra koperasi (X_2) dan keputusan menabung anggota (Y) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,1654. Maka penelitian ini layak untuk dilanjutkan.	Valid
Uji Reliabilitas Kepercayaan (X_1) = 0,753 Citra Koperasi (X_2) = 0,754 Keputusan Menabung Anggota (Y) = 0,754	Reliabel
Uji Normalitas Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov Asymp. Sig (2-tailed)</i> = 0,200 Konklusi: uji normalitas dengan menggunakan <i>one sample kolmogorov-smirnov</i> menghasilkan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya nilai residual	0,200

Keterangan	Hasil
ber distribusi normal.	
Uji Multikolinearitas Nilai Tolerance = $X_1 = 0,229$; $X_2 = 0,229$ Nilai VIF = $X_1 = 4,367$; $X_2 = 4,367$ Konklusi: nilai tolerance yang dihasilkan lebih > 0,1 dan nilai VIF yang dihasilkan lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heterokedastisitas $X_1 = 0,816$; $X_2 = 0,059$ Konklusi: tidak terdapat masalah heterokedastisitas, karena nilai signifikan ketiga variabel > 0,05.	Tidak terjadi heterokedastisitas
Uji Autokorelasi $dU < DW < 4 - dU = 1,6131 < 1,957 < 2,043$ Konklusi: hasil perhitungan autokorelasi menunjukkan bahwa hasil $dU < DW < 4 - dU$, sehingga dapat dinyatakan bahwa data bebas autokorelasi.	Tidak terjadi autokorelasi
Uji Korelasi $X_1 = 0,902$; $X_2 = 0,921$ Sig (2-tailed): $X_1 = 0,000$; $X_2 = 0,000$ Konklusi: korelasi pada variabel kepercayaan (X_1) dan citra koperasi (X_2) tergolong cukup kuat terhadap variabel keputusan menabung anggota (Y) dengan nilai signifikansi < 0,05.	< 0,05
Uji Koefisien Determinasi (R^2) $R^2 = 0,965$ Konklusi: kepercayaan (X_1) dan citra koperasi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota sebesar 96,50 persen, sedangkan 3,50 persen dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	0,965
Uji Regresi Linear Berganda $Y = 0,181X_1 + 0,820X_2$ Konklusi: apabila kepercayaan naik sebesar 1 poin maka keputusan menabung anggota akan naik sebesar 0,181; apabila citra koperasi naik sebesar 1 poin maka keputusan menabung anggota akan naik sebesar 0,820	0,181 0,820
Uji F $F_{hitung} = 3,214$ Sig = 0,000 Konklusi: hasil F_{hitung} menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,09) dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model penelitian ini layak untuk digunakan.	3,214; 0,000
Uji t $X_1 = 4,576$; $X_2 = 20,762$ Sig (2-tailed): $X_1 = 0,000$; $X_2 = 0,000$ Konklusi: diperoleh t_{tabel} sebesar 1,987 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antar variabel karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi < 0,05.	4,576 20,762

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan dan citra koperasi terhadap keputusan

menabung anggota pada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau.

Saran yang diberikan peneliti kepada *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau sebagai berikut:

1. Pihak *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau harus terus meningkatkan kepercayaan kepada anggota dengan cara menjalin hubungan kedekatan antara pelaku usaha dan konsumen sehingga tercapai kualitas hubungan yang baik. Selain itu, pihak *Credit Union* Keling Kumang juga harus memiliki layanan unggulan yang berbeda dari perusahaan lain, sehingga keputusan anggota untuk menabung semakin meningkat.
2. Pihak *Credit Union* Keling Kumang Kantor Pusat di Tapang Sambas Kabupaten Sekadau harus terus meningkatkan dan menjaga citra koperasi yang di berikan kepada setiap anggota dengan cara adanya tingkat kepedulian terhadap anggota akan menambah keputusan menabung anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi. 2017. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Cetakan Keempat. Bandung : Alfabeta.
- Ferdinand, Augsty. 2014 Edisi 5. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21 Update Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, N. (2018). Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Sragen Cabang Boyolali).
- Iranati, O. (2017). Pengaruh Religius, kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan).
- Kuncoro, M. 2018. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

- Lestari, n. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening (Doctoral Dissertation, Iain Salatiga)*.
- Mahendra, I. (2015). Analisa Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Koperasi Pada Koperasi Karyawan Budi Setia Jakarta Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 11(1), 70-80.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Cetakan Kesatu. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, S., Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Setyawan, Y. N. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1).
- Suparyadi, H. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan.
- Syafie, Inu Kencana. (2019). Ilmu Manajemen. Bandung : Penerbit Pustaka Reka Cipta.
- Tjiptono. (2012). *Manajemen dan Strategi Merek*. Penerbit C.V Andi Offset.