

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI
MENGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)*
PADA KOPERASI ANGKUTAN BARANG PASAR DAN INDUSTRI KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR**

Egi Fajri¹, Aan Rahman²

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

¹egifajri22jkt@gmail.com, ²aan.rahman@bsi.ac.id

Abstraks

Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur merupakan koperasi yang bergerak di bidang jasa transportasi barang. Koperasi ini memiliki peran penting dalam mendukung distribusi barang, khususnya di kawasan pasar dan industri. Sebagai koperasi jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan anggotanya. Pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan usaha simpan pinjam, penjualan ban, dan jasa perizinan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pelayanan yang diberikan koperasi terhadap para anggota koperasi dan menganalisis tingkat kepuasan anggota, *Customer Satisfaction Index* adalah sebuah alat analisis deskriptif yang digunakan untuk memproses data Studi ini, dari data studi ini mengungkapkan sejumlah atribut layanan. yang perlu diperbaiki oleh Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur, Terutama dalam menerima keluhan pelanggan, Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur memperoleh index sebesar 86,96%, masuk kedalam rentang 81-100 yang masuk dalam kategori sangat puas, untuk kualitas pelayanan yang harus diperbaiki diharapkan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur dapat melakukan perbaikan dengan tepat.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, CSI

Article history

Received: September 2026

Reviewed: October 2026

Published: October 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

The Kramat Jati East Jakarta Market and Industry Goods Transport Cooperative is a cooperative engaged in the goods transportation service sector. This cooperative plays an important role in supporting the distribution of goods, especially in market and industrial areas. As a service cooperative, the quality of service is the main factor that determines the satisfaction of its members. Services provided include savings and loan business services, tire sales, and licensing services. The purpose of this study is to find out the services provided by the cooperative to its members and to analyze member satisfaction levels. The data is processed using a descriptive analysis method in the form of a Customer Satisfaction Index. From this study, several service quality aspects that need improvement by the Kramat Jati East Jakarta Market and Industry Goods Transport Cooperative were found, especially in handling customer complaints. The Kramat Jati Jakarta East Market and Industry Goods Transportation Cooperative received an index of 86.96%, falling within the 81-100 range, which is categorized as very satisfied. By knowing the service quality that needs improvement, it is hoped that the Kramat Jati Jakarta East Market and Industry Goods Transportation Cooperative can take the right corrective steps. optimal employee performance and should be considered together in organizational efforts to improve employee performance.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, CSI*

PENDAHULUAN

Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur merupakan Koperasi yang bergerak di bidang jasa transportasi barang. Koperasi ini memiliki peran penting dalam mendukung distribusi barang, khususnya di kawasan pasar dan industri. Sebagai koperasi jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan anggotanya. Pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan usaha simpan pinjam, penjualan ban, dan jasa perizinan. Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur memiliki karakteristik khusus karena bergerak di sektor jasa transportasi yang sangat bergantung pada keandalan dan ketepatan layanan. Dalam sektor ini, kepuasan anggota menjadi sangat penting karena berkaitan langsung dengan kelancaran distribusi barang. Keterlambatan atau ketidaktepatan layanan dapat menimbulkan kerugian bagi anggota, sehingga meningkatkan risiko ketidakpuasan. Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang berperan penting dalam sistem perekonomian nasional Indonesia yang berlandaskan pada asas kekeluargaan dan prinsip demokrasi ekonomi. Selain berfungsi sebagai entitas bisnis, koperasi juga memiliki peranan penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat secara luas. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dijelaskan bahwa koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dalam konteks modern, koperasi juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan dinamika ekonomi yang semakin kompetitif dan berbasis pelayanan. Keberhasilan koperasi sangat dipengaruhi oleh tingkat

kepuasan anggotanya. Anggota koperasi memiliki peran strategis karena bertindak sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa. Oleh karena itu, kepuasan anggota menjadi indikator penting dalam menilai kinerja koperasi. Kepuasan anggota mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan koperasi mampu memenuhi harapan dan kebutuhan anggota. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota serta keberlanjutan koperasi dalam jangka panjang. Anggota yang merasa puas cenderung mempertahankan keanggotaannya, meningkatkan partisipasi, dan merekomendasikan koperasi kepada pihak lain (Kuncoro & Prasajo, 2023)

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, tuntutan terhadap kualitas pelayanan semakin meningkat. Anggota koperasi kini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap pelayanan yang cepat, tepat, transparan, dan profesional. Hal ini menyebabkan koperasi harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap relevan dan mampu bersaing dengan badan usaha lainnya. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan anggota terhadap koperasi (Rodliyah, 2024). Pengukuran kepuasan anggota menjadi hal yang sangat penting sebagai dasar evaluasi kinerja koperasi. Tanpa adanya pengukuran yang jelas, koperasi akan kesulitan dalam mengetahui apakah layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan anggota atau belum. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan anggota secara komprehensif adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini mengukur tingkat kepuasan berdasarkan tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) dari berbagai atribut pelayanan sehingga menghasilkan suatu indeks yang menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Metode CSI banyak digunakan sebagai alat evaluasi kualitas layanan karena mampu mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif dan memberikan dasar bagi perbaikan pelayanan yang berkelanjutan. (Wibowo & Iqbal, 2024). Kepuasan anggota tidak hanya berdampak pada loyalitas, tetapi juga pada tingkat partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi. Anggota yang puas cenderung lebih aktif dalam menggunakan jasa koperasi, menghadiri rapat anggota, serta berkontribusi dalam pengembangan koperasi. Sebaliknya, anggota yang tidak puas cenderung akan mengurangi partisipasinya bahkan berpotensi keluar dari koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan anggota memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan koperasi (Azizah et al., 2024). Dalam konteks penelitian ini, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur. Metode ini dipilih karena dapat memberikan uraian yang menyeluruh mengenai tingkat kepuasan anggota serta menentukan atribut pelayanan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan koperasi. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota merupakan faktor kunci dalam keberhasilan koperasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis yang komprehensif untuk mengukur tingkat kepuasan anggota serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat digunakan sebagai alat analisis yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan produk atau layanan yang mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks jasa, kualitas diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan yang dimiliki. Semakin tinggi kesesuaian antara kinerja layanan dan harapan

pelanggan, semakin baik kualitas layanan yang dirasakan. Oleh karena itu, kualitas menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta meningkatkan loyalitas pengguna jasa (Rahmawati et al., 2023). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai evaluasi atau persepsi pelanggan terhadap kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan mereka. Penilaian tersebut muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan sebelum menerima layanan dengan pengalaman nyata yang diperoleh selama proses pelayanan. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan akan dinilai baik dan memuaskan. (As-Sajjad et al., 2023). Dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa selalu terkait erat dengan dimensi kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan adalah Bukti Fisik atau Bukti Nyata (*Tangibles*), Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

2. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Sudaryono 2016) kepuasan pelanggan adalah kondisi emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan yang dimiliki sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja nyata yang diterima. Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, bahkan sangat puas. Sebaliknya, apabila kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Kepuasan ini bersifat subjektif karena setiap pelanggan memiliki standar penilaian yang berbeda. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan layanan. Kepuasan anggota koperasi dapat dijelaskan melalui beberapa sudut pandang, seperti kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman layanan, mutu pelayanan yang diterima, manfaat yang dirasakan oleh anggota, serta keberlanjutan hubungan antara koperasi dan anggotanya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga oleh proses pelayanan serta seberapa besar manfaat yang diperoleh anggota selama berinteraksi dengan koperasi (Mustofa 2025).

3. *Customer Satisfaction Index*

Menurut (Mikael Hang Suryanto, 2017) *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan cara mengubah penilaian pelanggan terhadap berbagai aspek layanan menjadi satu nilai indeks. Setiap atribut pelayanan, seperti kualitas layanan, kecepatan, harga, hingga kenyamanan, dinilai secara terpisah oleh pelanggan, kemudian digabungkan menjadi satu ukuran yang mencerminkan kondisi kepuasan secara keseluruhan. *Customer Satisfaction Index* dalam penelitian berfungsi sebagai alat ukur kuantitatif yang menggabungkan dua komponen utama, yaitu tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*). Tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting suatu aspek layanan bagi pelanggan, sedangkan tingkat kinerja menunjukkan bagaimana penilaian pelanggan terhadap layanan yang benar-benar mereka rasakan. Kedua komponen ini kemudian diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya, sehingga setiap atribut memiliki kontribusi yang berbeda terhadap nilai akhir kepuasan. Hasil pengolahan data tersebut menghasilkan sebuah indeks kepuasan pelanggan yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai ini memberikan gambaran yang lebih sederhana namun tetap komprehensif mengenai kondisi kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk. Semakin tinggi nilai indeks yang diperoleh, maka semakin baik pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain sebagai alat ukur, CSI juga memiliki fungsi penting dalam manajemen pelayanan. Melalui hasil indeks tersebut, perusahaan dapat mengidentifikasi aspek mana yang sudah memenuhi harapan pelanggan dan aspek mana yang masih perlu diperbaiki. Dengan demikian, CSI tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas layanan secara

berkelanjutan agar mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan di masa mendatang.

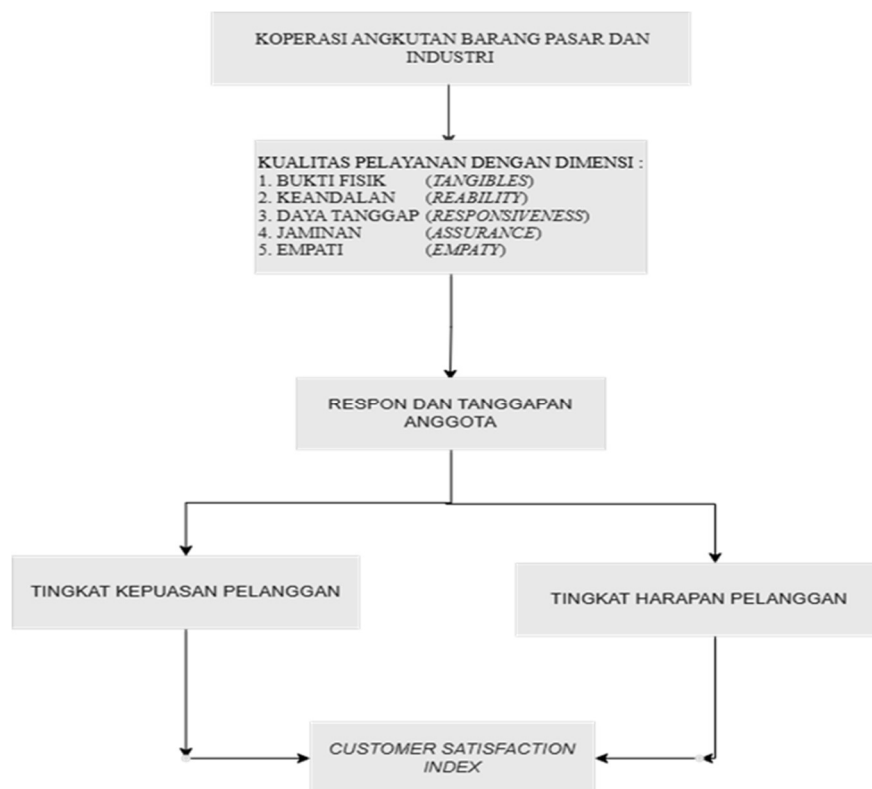
4. Pengukuran Gap

Pengukuran gap merupakan salah satu bagian dalam metode SERVQUAL yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap pelayanan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan. Pengukuran ini dilakukan dengan membandingkan persepsi atau kinerja pelayanan yang diterima pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang seharusnya diberikan. Dengan demikian, nilai gap dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan.

5. Kerangka Berfikir

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur, maka peneliti menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dengan metode tersebut peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1. Kerangka Berfikir



Sumber : Pengolahan Data, 2026

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-statistik untuk mengkaji kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan pelanggan pada suatu Koperasi dengan menggunakan metode analisis deskriptif, berupa metode metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang menghasilkan data numerik untuk dianalisis secara statistik deskriptif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan koperasi berdasarkan persepsi pelanggan. Pengukuran kepuasan dilakukan melalui penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada setiap atribut pelayanan yang mewakili dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penilaian kemudian diolah menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk memperoleh nilai indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Metode ini banyak digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan karena mampu memberikan uraian yang komprehensif tentang tingkat kepuasan pelanggan serta dapat membantu mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu diperbaiki (Tandilino, Widada, and Sitania 2023),

2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh anggota aktif pada Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur yang menggunakan layanan koperasi, Dari hasil studi dokumentasi peneliti mendapatkan jumlah Anggota yang tercatat pada bulan Mei 2026 adalah sejumlah 720 Anggota, Jumlah tersebut akan peneliti jadikan populasi pada penelitian ini. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih menggunakan teknik tertentu sehingga dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Penggunaan sampel dilakukan apabila jumlah populasi terlalu besar sehingga peneliti mengalami keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya untuk meneliti seluruh populasi. Penentuan jumlah sampel harus mempertimbangkan ukuran populasi agar data yang diperoleh tetap valid dan reliabel. Salah satu rumus yang sering digunakan pada penelitian kuantitatif adalah rumus Slovin, Maka jumlah sampel yang diambil dan dianggap dapat mewakili populasi yang ada adalah sebesar 88 anggota.

3. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan angket yang akan diisi oleh responden sehingga peneliti mendapatkan data primer sebagai data penelitian. Kuesioner pada penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan terkait kepentingan dan kinerja perusahaan yang akan dijawab dengan menggunakan skala likert, Menurut Sugiyono dalam (Dr. Muhammad Ramdhan 2021) Skala Likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk memperoleh data mengenai sikap, pandangan, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Melalui skala ini, setiap pilihan jawaban diberikan nilai tertentu sehingga dapat diolah secara kuantitatif untuk keperluan analisis penelitian. Pemberian bobot nilai pada Skala Likert mengacu pada pendapat Sugiyono dalam (Dr. Muhammad Ramdhan 2021) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pembobotan Skor Skala Likert

No	Skor	Keterangan
1	5	Sangat Setuju
2	4	Setuju
3	3	Ragu-Ragu
4	2	Tidak Setuju
5	1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Pengolahan Data, 2026

4. Teknik Analisis Data

4.1 Teknik Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono 2022) analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menyajikan dan menjelaskan data yang telah diperoleh dari penelitian sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa melakukan penarikan kesimpulan yang bersifat umum terhadap populasi. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta tingkat penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Hasil analisis tersebut selanjutnya dijadikan sebagai dasar dalam pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan pengukuran gap. Menurut (Priya Nur Alfatih and Widyaningsih 2024) *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan setiap atribut layanan yang dinilai oleh pelanggan. Melalui metode ini, perusahaan atau organisasi dapat mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan, Data yang diperoleh dari angket akan diolah dengan Microsoft Excel dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan rata-rata kepentingan (*Mean Importance Score*) dan rata-rata tingkat kinerja (*Mean Satisfaction Score*) setiap atribut pelayanan.

$$\text{Rumus MIS} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \text{MSS} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

N = Jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut ke- i

X_i = Nilai kinerja atribut ke- i

2. Menentukan *Weight Factor* (WF), ini adalah bobot persentase dari nilai MIS per indikator terhadap nilai MIS untuk seluruh indikator. Dapat dihitung dengan persamaan.

$$\text{Rumus } WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100$$

Keterangan:

P = Jumlah atribut kepentingan

I = Jumlah rata-rata keseluruhan atribut pertanyaan kepentingan

3. Membuat *Weight Score* (WS), merupakan perkalian WF dengan MSS.

$$\text{Rumus } WS = WF \times MSS$$

Keterangan:

WF = *Weight Factor*

MSS = *Mean Satisfaction Score*

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

$$\text{Rumus } CSI = \frac{\text{Total } WS (WT)}{5} \times 100\%$$

Keterangan :

WS = *Weight Score*

5 = Nilai Maksimal Skala Likert

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati, Jakarta Timur, dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 88 anggota yang memanfaatkan layanan koperasi sebagai responden. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diterima.

1. Karakteristik Responden

A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	46	52,3%
Perempuan	42	47,7%

Sumber : Pengolahan Data, 2026

Berdasarkan tabel IV diatas diketahui jumlah responden laki laki 46 dari 88 responden yaitu sebesar 52,3%, dan jumlah responden perempuan 42 dari 88 responden yaitu sebesar 47,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi angket didominasi oleh laki-laki yaitu 52,3%.

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
21-30	69	78,4 %
31-40	11	12,5 %
>41	8	9,1 %

Sumber : Pengolahan Data, 2026

Berdasarkan table IV.2 diatas karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui bahwa responden dengan rentang usia 21 s/d 30 tahun sebanyak 69 dari 88 responden yaitu sebesar 78,4%, rentang usia 31 s/d 40 tahun sebanyak 11 dari 88 responden yaitu sebesar 12,5%, rentang usia lebih dari 41 tahun sebanyak 8 dari 88 rseponden yaitu sebesar 9,1% dan Maka dapat disimpulkan bahwa rentang usia terbanyak ada pada rentang usia 21-30 tahun yaitu sebesar 78,4% dan yang terendah ada pada rentang usia lebih dari 41 tahun yaitu sebesar 9,1%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian membantu menjelaskan secara singkat mengenai data-data penelitian yang diperoleh. Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui angket atau kuisioner terbagi menjadi dua kategori yaitu *Importance* (Kepentingan) dan *Performance* (Kinerja) berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible*, *Reliable*, *Responsiveness*, *Empathy* dan *Assurance*, sehingga diperoleh indikator pernyataan sebagai berikut:

Tabel3. Deskripsi Data Penelitian

No	Indikator Pernyataan	Kode
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)		
1	Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri letaknya strategis, bersih dan rapi	P1
2	Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri dilengkapi dengan fasilitas parkir yang	P2
3	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri yang bertugas berpenampilan rapi dan	P3
<i>Reliable</i> (Kehandalan)		
4	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri terlatih dalam menjawab pertanyaan	P4
5	Penyampaian informasi oleh karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri	P5
6	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri memiliki solusi atas kendala yang	P6
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)		
7	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri memberikan respon yang baik dan	P7
8	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri dapat memberikan informasi dengan	P8
9	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri tanggap dan siaga menangani kendala	P9
<i>Empathy</i> (Empati)		
10	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri memberikan perhatian penuh terhadap	P10
11	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri melayani pelanggan dengan sopan dan	P11
12	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri dapat memahami keinginan dan	P12
<i>Assurance</i> (Jaminan)		
13	Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri menjamin kerahasiaan data pelanggan	P13
14	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri menerima komplain dan	P14
15	Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri berlokasi ditempat dengan keamanan	P15

Pn : Pernyataan ke-n

Sumber : Pengolahan Data, 2026

A. Deskripsi Data *Performance* atau Kinerja

Kinerja adalah sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, dan atau kemampuan kerja. Kinerja pada penelitian ini merupakan pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur kepada Anggota. Apabila pelayanan yang diberikan melebihi tingkat espektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Adapun hasil angket tingkat kinerja menurut persepsi pelanggan dari 88 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Kinerja atau Kualitas Pelayanan

Kode	Jumlah Pembobotan Skor					Total Bobot Skor
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	
P1			27	32	29	354
P2			6	46	36	382
P3			11	32	45	386
P4			12	39	37	377
P5			22	35	31	361
P6			11	31	46	387
P7			10	46	32	374
P8			9	30	49	392
P9			21	30	37	368
P10			12	39	37	377
P11			9	29	50	393
P12			9	42	37	380
P13			12	32	44	384
P14			11	29	48	389
P15			8	35	45	389

Sumber : Pengolahan Data,2026

Berdasarkan hasil perhitungan total bobot skor pada variabel kualitas pelayanan, indikator P11 (Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri melayani pelanggan dengan sopan dan ramah) memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 393, sedangkan indikator P1 (Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri letaknya strategis, bersih dan rapi) memiliki nilai terendah yaitu sebesar 354. Hal ini menunjukkan bahwa aspek yang diukur pada indikator P11 dinilai paling baik oleh responden, sementara aspek yang diukur pada indikator P1 masih perlu ditingkatkan untuk memberikan pelayanan yang lebih optimal kepada pelanggan.

B. Deskripsi Data *Importance* atau Kepentingan

Kepentingan dalam KBBI berasal dari kata penting yang berarti utama, pokok, sangat berharga (berguna). Kepentingan pada penelitian ini merupakan persepsi Anggota terhadap pentingnya suatu item kualitas pelayanan pada perusahaan yang diteliti. Adapun hasil angket yang telah diisi oleh 88 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Kepentingan Suatu Kualitas Pelayanan

Kode	Jumlah Pembobotan Skor					Total Bobot Skor
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	
P1			16	40	32	368
P2			11	40	37	378
P3			12	32	44	384
P4			11	38	39	380
P5			17	30	41	376
P6			6	32	50	396
P7			11	39	38	379
P8			12	30	46	386
P9			14	33	41	379
P10			7	37	44	389
P11			9	35	44	387
P12			17	31	40	375
P13			2	36	50	400
P14			15	35	38	375
P15			12	38	38	378

Sumber : Pengolahan Data, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan total bobot skor variabel kepentingan pelanggan, diperoleh bahwa indikator P13 (Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri menjamin kerahasiaan data pelanggan) memiliki nilai tertinggi sebesar 400, sedangkan indikator P1 (Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri letaknya strategis, bersih dan rapi) memiliki nilai terendah sebesar 368. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator P13 dianggap sebagai aspek yang paling penting oleh responden dalam menilai kualitas pelayanan. Sementara itu, indikator P1 memiliki tingkat kepentingan yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, meskipun tetap berada pada kategori penting. Oleh karena itu, koperasi perlu mempertahankan kinerja pada indikator P13 serta terus melakukan perbaikan pada indikator P1 untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

3. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan untuk menguji instrumen penelitian, pengujian kualitas data dilakukan untuk mengetahui bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini valid dan reliable sehingga hasil penelitian tidak bias. Pada penelitian ini, instrumen penelitian akan diuji validitas dan reliabilitasnya.

A. Uji Validitas

Tabel 6. Uji Validitas Skor Kinerja atau Kepuasan (X)

Kode	R Hitung	R Tabel	Status
X1	0,647	0,210	Valid
X2	0,525	0,210	Valid
X3	0,247	0,210	Valid
X4	0,483	0,210	Valid
X5	0,584	0,210	Valid
X6	0,405	0,210	Valid
X7	0,555	0,210	Valid
X8	0,390	0,210	Valid

X9	0,533	0,210	Valid
X10	0,619	0,210	Valid
X11	0,515	0,210	Valid
X12	0,544	0,210	Valid
X13	0,484	0,210	Valid
X14	0,472	0,210	Valid
X15	0,490	0,210	Valid

Sumber : Pengolahan Data,2026

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan hasil uji validitas, item pernyataan skor tingkat kinerja bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 7. Uji Validitas Skor Kepentingan (Y)

Kode	R Hitung	R Tabel	Status
Y1	0,571	0,210	Valid
Y2	0,503	0,210	Valid
Y3	0,414	0,210	Valid
Y4	0,506	0,210	Valid
Y5	0,525	0,210	Valid
Y6	0,421	0,210	Valid
Y7	0,450	0,210	Valid
Y8	0,489	0,210	Valid
Y9	0,633	0,210	Valid
Y10	0,550	0,210	Valid
Y11	0,532	0,210	Valid
Y12	0,505	0,210	Valid
Y13	0,437	0,210	Valid
Y14	0,597	0,210	Valid
Y15	0,564	0,210	Valid

Sumber : Pengolahan Data,2026

Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa keseluruhan hasil uji validitas item pernyataan skor tingkat kinerja bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
Tingkat Kinerja	0,785	<i>Reliable</i>
Tingkat	0,801	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengolahan Data,2026

hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 27 memperoleh hasil *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sehingga item setiap pernyataan dinyatakan *reliable*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dapat menunjukkan stabilitas hasil pengamatan apabila diukur berulang kali.

4. Pengukuran *Customer Satisfaction Index*

Tabel 9. Pengukuran *Customer Satisfaction Index*

Indikator/Kode	MIS	MSS	WF	WS
P1	4.01	4.18	6.20	25.93
P2	4.35	4.31	6.73	28.97
P3	4.40	4.35	6.80	29.58
P4	4.28	4.31	6.62	28.52
P5	4.10	4.28	6.62	28.36
P6	4.39	4.49	6.78	30.43
P7	4.26	4.31	6.59	28.36
P8	4.44	4.36	6.87	29.96
P9	4.18	4.28	6.46	27.69
P10	4.28	4.40	6.62	29.12
P11	4.48	4.40	6.92	30.43
P12	4.32	4.25	6.67	28.36
P13	4.35	4.53	6.73	30.50
P14	4.43	4.27	6.85	29.27
P15	4.42	4.30	6.83	29.35
WT (Total WS)				434.82

Sumber : Pengolahan Data, 2026

Dari tabel IV.9 diatas telah diketahui WT (*weight total*) sebesar 426,83 maka penghitungan *Customer Satisfaction Index* sebagai berikut :

$$CSI = \frac{434,82}{5} \times 100\% = 86,96\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 86,96%. menunjukkan bahwa secara umum anggota koperasi memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Mengacu pada kriteria interpretasi *Customer Satisfaction Index*, nilai tersebut berada pada rentang 81%-100%, yang termasuk dalam kategori sangat puas. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar harapan dan kebutuhan anggota telah mampu dipenuhi melalui pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Tingkat kepuasan yang tinggi tersebut mencerminkan bahwa berbagai aspek pelayanan, baik yang berkaitan dengan keandalan pelayanan, ketanggapan petugas, jaminan pelayanan, empati terhadap anggota, maupun kondisi fasilitas pendukung telah dinilai positif oleh responden. Meskipun hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri Kramat Jati Jakarta Timur, upaya peningkatan mutu pelayanan tetap perlu dilakukan. Koperasi diharapkan dapat mempertahankan aspek pelayanan yang telah dinilai baik sekaligus melakukan perbaikan pada aspek yang masih kurang optimal agar tingkat kepuasan pelanggan tetap terjaga dan terus mengalami peningkatan.

5. Pengukuran Gap

Tabel 10. Pengukuran Gap

Indikator/Kode	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	Gap
P1	4.18	4.01	0.17
P2	4.31	4.35	-0.04
P3	4.35	4.40	-0.05
P4	4.31	4.28	0.03
P5	4.28	4.10	0.18
P6	4.49	4.39	0.10
P7	4.31	4.26	0.05
P8	4.36	4.44	-0.08
P9	4.28	4.18	0.10
P10	4.40	4.28	0.12
P11	4.40	4.48	-0.08
P12	4.25	4.32	-0.07
P13	4.53	4.35	0.18
P14	4.27	4.43	-0.16
P15	4.30	4.42	-0.12

Sumber : Pengolahan Data, 2026

Berdasarkan dari data tabel IV.10 diatas, nilai gap terendah terdapat pada poin P14 (Karyawan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri menerima komplain dan menyelesaikannya dengan baik), dengan gap -0,16 untuk mengurangi gap tersebut maka harus dilakukan perbaikan pada aspek yang dinilai yaitu penanganan keluhan oleh karyawan koperasi. Berikut hal-hal yang perlu diperbaiki yaitu:

1. Meningkatkan kecepatan dalam merespons keluhan anggota.
2. Memberikan solusi yang tepat dan tuntas terhadap setiap keluhan.
3. Meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan agar lebih ramah, sopan, dan empatik saat menerima komplain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil pengukuran menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) memperoleh nilai sebesar 86,96%, Berdasarkan hasil perhitungan CSI, tingkat kepuasan anggota koperasi berada pada kategori sangat puas, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri secara umum telah mampu memenuhi harapan anggota, Hasil analisis Gap menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa indikator pelayanan yang memiliki nilai gap negatif, yang berarti persepsi anggota terhadap pelayanan yang diterima masih berada dibawah tingkat harapan mereka. Nilai gap terendah terdapat pada indikator P14 dengan nilai -0,16, yang menunjukkan Bahwa masih kurangnya kualitas pelayanan dalam menyelesaikan keluhan anggota, Indikator dengan nilai gap tertinggi terdapat pada P13 dengan nilai 0,18, yang menunjukkan bahwa pelayanan pada indikator tersebut telah melampaui harapan anggota. Selain itu, indikator P5 dan P1 juga memperoleh nilai gap positif masing-masing sebesar 0,18 dan 0,17, yang mengindikasikan bahwa pelayanan pada aspek

tersebut telah memberikan kepuasan yang baik kepada anggota, Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Koperasi Angkutan Barang Pasar dan Industri sudah berada pada kategori yang baik dan mampu memberikan kepuasan kepada anggota. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan, khususnya pada indikator-indikator yang memiliki nilai gap negatif, agar tingkat kepuasan anggota dapat terus meningkat dan kualitas pelayanan koperasi menjadi lebih optimal di masa mendatang.

Saran

Koperasi perlu memberikan perhatian khusus terhadap indikator yang memiliki nilai gap negatif, terutama pada indikator P14 yang memperoleh nilai gap terendah sebesar -0,16. Upaya yang dapat dilakukan dalam menangani masalah tersebut yaitu, Ketika pelanggan mengalami masalah dalam pembayaran secara tunai, koperasi dapat mengambil langkah dengan memberikan layanan pembayaran secara non tunai. Jika dilihat dari data kualitas layanan Koperasi yaitu nilai P1 memiliki nilai terendah, maka Koperasi perlu melakukan perbaikan dalam segi kebersihan yaitu dengan melakukan kebersihan ruangan secara berkala, meskipun tidak terlalu penting terhadap anggota, koperasi perlu meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh melalui peningkatan kompetensi petugas, kecepatan pelayanan, serta responsivitas dalam menangani kebutuhan dan keluhan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- As-Sajjad, M. D., Agustina, I., & Wiradiputra, I. A. (2023). Assessing Technical, Functional And Image Aspects Of Service Quality And Their Impact On Citizen Satisfaction. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 7(2), 173-188. <https://doi.org/10.30741/adv.v7i2.1215>
- Azizah, N., Makhdalena, M., & Hendripides, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Partisipasi Anggota Koperasi. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6475-6479. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.4662>
- Kuncoro, K., & Prasojo, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Kspps. *Journal Competency of Business*, 7(1), 181-189. <https://doi.org/10.47200/jcob.v7i01.2020>
- Rahmawati, D., Aulawi, H., & Kurniawati, R. (2023). Pengukuran Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi Service Quality (Servqual) Dengan Metode Zone of Tolerance (Zot) Dan Kano Pada Pet World. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 21-32. <https://doi.org/10.14710/jati.18.1.21-32>
- Rodliyah, A. D. C. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha (Ksu) Mikat Al Khidmah Kecamatan Kutoarjo. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, (1).
- Wibowo, S., & Iqbal, M. (2024). Pengukuran Kepuasan Pelanggan dengan metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis (Studi pada Veroza Cake Bakery Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(2), 347-356. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i2.7522>