

LAYANAN MOBILE SIMARI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KOPERASI JASA SYARIAH MAMBAUL RIZKI INVESTAMA, CABANG KARAWANG, JAWA BARAT

Syahrial Sidik^{*1}, Wahyuari², Supriyadi Sapolo³, Alvernia Kurniartha⁴,

¹Program Studi D3 Asuransi Kerugian, ²Program Studi S1 Manajemen, ³⁴Program Studi D3 Asuransi Jiwa, Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti

email: syahrialsdk@gmail.com¹, wahyuarisoe@gmail.com², s.sapolo2807@gmail.com³, akurniartha@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi kepuasan anggota terhadap layanan Mobile SIMARI di Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama, Cabang Karawang, Jawa Barat. Dalam era digitalisasi, koperasi Jasa syariah mengadopsi teknologi untuk mempermudah transaksi keuangan. Layanan Mobile SIMARI diluncurkan untuk menyediakan kemudahan transaksi bagi anggota koperasi melalui fitur-fitur seperti tarik tunai tanpa kartu, isi pulsa, dan pembayaran tagihan. Menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI), penelitian ini mengukur kepuasan anggota terhadap layanan Mobile SIMARI. Hasil IPA menunjukkan bahwa layanan KJ2 dan KJ6 perlu ditingkatkan, sementara layanan lain sudah memuaskan. Hasil CSI menunjukkan tingkat kepuasan anggota mencapai 83.95%, menandakan layanan ini sangat memuaskan. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi pemasaran koperasi Jasa syariah, menekankan pentingnya integrasi teknologi digital dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi koperasi lain yang ingin mengadopsi teknologi serupa untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Dengan demikian, Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama dapat menjadi pelopor dalam praktik bisnis yang inovatif dan bertanggung jawab secara sosial.

Kata kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Digitalisasi, Importance Performance Analysis (IPA), Kepuasan Anggota, Koperasi Syariah, Layanan Mobile SIMARI,

ABSTRACT

This study evaluates member satisfaction with Mobile SIMARI services at Mambaul Rizki Investama Sharia Services Cooperative, Karawang Branch, West Java. In the era of digitalization, Sharia Services cooperatives are adopting technology to simplify financial transactions. The SIMARI Mobile service was launched to provide easy transactions for cooperative members through features such as cardless cash withdrawals, credit top-ups, and bill payments. Using the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods, this study measures member satisfaction with Mobile SIMARI services. IPA results show that KJ2 and KJ6 services need to be improved, while other services are satisfactory. The CSI results show that the member satisfaction level reached 83.95%, indicating that this service is very satisfying. This research makes a significant contribution to the development of marketing strategies for Islamic services cooperatives, emphasizing the importance of digital technology integration in increasing member satisfaction and loyalty. The findings can serve as a reference for other cooperatives looking to adopt similar technologies to improve their service quality. Thus, Mambaul Rizki Investama Islamic Services Cooperative can be a pioneer in innovative and socially responsible business practices.

Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI), Digitalization, Importance Performance Analysis (IPA), Member Satisfaction, Sharia Cooperative, SIMARI Mobile Service,

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, teknologi berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai sektor, termasuk koperasi. Teknologi mempermudah transaksi, terutama dengan penggunaan internet yang luas. Menurut Hidayat dan Yusnidah (2020), internet adalah jaringan komputer yang memungkinkan komunikasi dan berbagi informasi. Pada Januari 2023, pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta, menunjukkan dominasi penggunaan ponsel pintar. Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama (KSMRI), didirikan pada 2019, memanfaatkan teknologi dengan meluncurkan layanan Mobile SIMARI pada 2020 untuk memfasilitasi transaksi keuangan anggotanya. Layanan ini menawarkan kemudahan seperti tarik tunai tanpa kartu, isi pulsa, dan pembayaran tagihan.

Di Karawang, Jawa Barat, KSMRI melayani 1200 anggota. Penting bagi cabang ini untuk memastikan layanan Mobile SIMARI memenuhi kebutuhan anggotanya, karena kepuasan anggota mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas, serta pertumbuhan koperasi. Namun, belum ada penelitian komprehensif yang mengevaluasi kepuasan anggota terhadap layanan ini di cabang Karawang.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam membangun kepuasan dan loyalitas anggota koperasi. Aisyah dan Umiyati (2018) menekankan pentingnya layanan yang efisien dan responsif, sementara Mulyana *et al.* (2023) menyoroti kehandalan, empati, dan responsivitas sebagai penentu utama kepuasan. Gofur (2019) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, Sriati *et al.* (2020) mengingatkan bahwa kualitas layanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan meskipun produk sesuai preferensi.

Dalam konteks koperasi syariah, manajemen layanan digital yang efektif juga dapat meningkatkan partisipasi anggota serta transparansi dan efisiensi operasional (Fitriani *et al.*, 2018; Hakim *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota dan persepsi mereka terhadap fitur aplikasi.

Menurut Sidik dan Logahan (2021), kualitas pelayanan dan ketersediaan sarana berpengaruh signifikan terhadap citra institusi dan kepuasan pengguna. Hal ini relevan dalam konteks KSMRI, di mana kualitas layanan Mobile SIMARI dapat mempengaruhi citra koperasi dan kepuasan anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap layanan Mobile SIMARI di Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama Cabang Karawang, Jawa Barat.

Penelitian ini berkontribusi pada layanan mobile oleh koperasi Jasa syariah dan pengembangan ilmu ekonomi, khususnya sektor layanan koperasi Jasa syariah. Selain itu, penelitian ini memberikan manfaat praktis kepada pemangku kepentingan dalam ekosistem koperasi syariah.

Menurut Freddy Rangkuti dalam Dwinurpitasari (2019), kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka sedang menikmati suatu bentuk pengalaman pekerjaan umum dengan menggunakan produk/jasa. Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2020), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Freddy Rangkuti dalam Dwinurpitasari (2019) mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu: (1) Kualitas layanan (*service quality*), (2) Kualitas produk (*product quality*), (3) Harga (*price*), (4) Faktor situasi (*situational factor*), (5) Faktor pribadi (*personal factor*). Fandy Tjiptono dalam Dwinurpitasari (2019), terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah. Adapun indikator kepuasan nasabah tersebut adalah sebagai berikut: (1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*), (2) Konfirmasi harapan

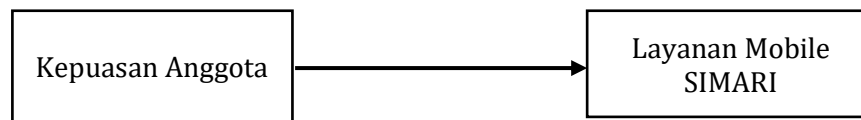
(*confirmation of expectations*), (3) Minat pembelian ulang (*repurchase intent*), (4) Kesiediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*), (5) Ketidakpuasan nasabah (*customer dissatisfaction*).

Menurut Dwi Suhartanto dalam Adela (2020), layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Kasmir (2005), pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan (Adela, 2020).

Fitur-fitur layanan mobile Apps (Simari) antara lain layanan informasi simpanan, mutasi simpanan, riwayat pinjaman, saldo deposito, pembelian, pembayaran, transfer, donasi, laporan, ganti pin, arsip transaksi, informasi poin, favorit, profile, bagikan, hubungi kami, deaktivasi dan berbagai fitur lainnya (Putri, 2019). Menurut Maryanto Supriyono dalam Adela (2020), manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan penggunaan mobile Apps adalah: (1) Mudah, (2) Praktis (3) Aman, (4) Penggunaan yang bersahabat, (5) Nyaman.

Menurut Tatik Suryani dalam Dwi nurpitasari (2019), indikator layanan electronic apps adalah sebagai berikut: (1) Efisiensi (*efficientcy*), (2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), (3) Kesiediaan sistem beroperasi (*system availability*), (4) Privasi (*privacy*), (5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), (6) Tampilan situs (*site aesthetic*),

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat di gambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut:



Gambar 1 ; Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa metode kuantitatif merupakan metode tradisional sehingga diartikan metode berlandas filsafat positivism yang berguna dalam meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif/statistic memiliki gambaran dan uji hipotesis dalam penetapannya.

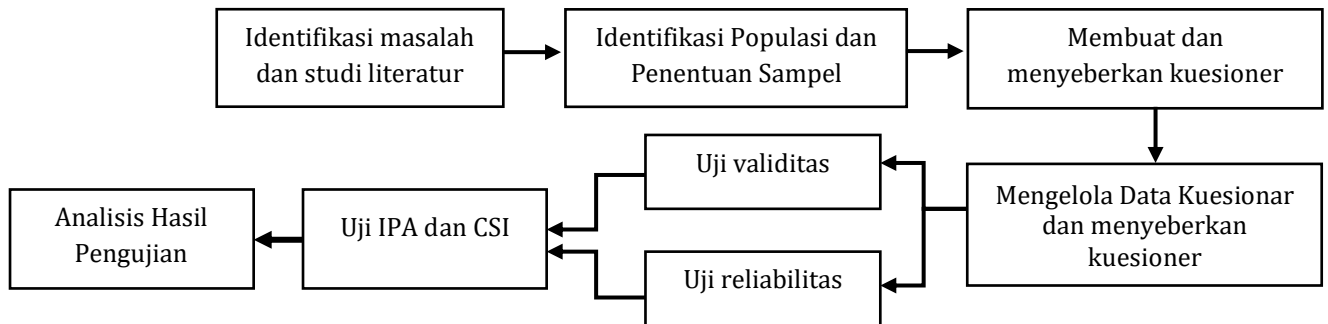
Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Importance Performance Analysis (IPA) yaitu alat manajemen strategis yang membandingkan pentingnya berbagai atribut layanan dengan harapan pelanggan terhadap kinerja. Hal ini biasanya divisualisasikan dalam kisi-kisi dua dimensi yang memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan peningkatan layanan. Metode ini secara efektif mengkategorikan atribut ke dalam empat kuadran: harapan tinggi dan kinerja tinggi, harapan tinggi dan kinerja rendah, harapan rendah dan kinerja tinggi, dan harapan rendah dan kinerja rendah. Kategorisasi ini memfasilitasi strategi yang ditargetkan untuk meningkatkan atribut tertentu yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi saat ini berkinerja buruk (Setiawan *et al.*, 2022; Saputra & ISTIQOMAH, 2024). IPA teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama Cabang Karawang, Jawa Barat dalam memenuhi kepuasan para pengguna mobile simari.

Customer Satisfaction Index (CSI) melengkapi IPA dengan mengukur kepuasan pelanggan dengan cara yang lebih mudah, yang sering kali dinyatakan dalam bentuk persentase. CSI berfungsi sebagai ukuran agregat kepuasan pelanggan yang berasal dari berbagai metrik kinerja dan harapan. Kombinasi kedua metodologi ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif

untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dan memandu keputusan manajerial (Andi & Jufriyanto, 2023; Supriatin *et al.*, 2021). CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan mobile simari.

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan langkah-langkah pada penelitian sebagai berikut (Sihotang & Oktarina, 2022):



Gambar 2 : Tahapan Penelitian

2.2 Pengukuran Kuisisioner

Bentuk pengukuran kuisisioner dinyatakan dengan skala likert. Berikut rumus yang digunakan:

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \sim 100$$

Dimana: n = Sampel yang diperlukan
 z = Tingkat keyakinan 95%
 P = Peluang benar 50%
 q = Peluang salah 50%
 e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) = 10% atau 0.1

Tingkat kesalahan pada penelitian ini digunakan tingkat ketelitian 5%. Tingkat kepercayaan 95%. Sehingga diperoleh nilai 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10% sementara itu, probabilitas kuesioner ditolak atau diterima masing masing adalah 0,5 dengan memasukan kedalam persamaan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel minimum (Putri & Hanifa, 2022). Kesimpulan dari rumus tersebut, sampel diambil sebanyak 96,04 orang, pada perhitunganya untuk memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 orang dan sampel penelitian ini adalah pengguna mobile simari dengan jumlah sampel berdasarkan rumus Cochran (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini minimal adalah 96,04 responden. Sehingga dalam penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data sampel sekurang-kurangnya 100 orang yang diambil dari nasabah pengguna mobile simari berdomisili di Cabang Karawang, Jawa Barat.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah teknik area sampling. Jumlah sampel sebanyak jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik Analisis data cara analisis data yang digunakan penelitian ini menggunakan metode IPA dengan menggunakan software aplikasi SPSS versi 26 dan Microsoft Excel 2019.

Data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Dalam hal ini data primer adalah data tanggapan langsung dari nasabah melalui pengisian kuesioner yang diberikan pada responden. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data

kepada pengumpul data, misal dokumen, studi kepustakaan dan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian (Sari, 2015).

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2018), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

A. Uji Validitas

Validitas merupakan faktor kunci dalam keberhasilan penelitian. Jika suatu penelitian tidak valid, maka nilainya menjadi meragukan. Validitas merupakan persyaratan penting baik dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, validitas dapat diperoleh melalui prosedur sampling yang teliti, pemilihan instrumen yang tepat, serta penafsiran data statistik yang akurat. Ketika sebuah pernyataan dianggap tidak relevan, uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah pernyataan tersebut harus diubah atau dihilangkan dari kuesioner. Uji validitas ini dapat dilakukan secara statistik, baik dengan metode manual maupun dengan bantuan komputer. Proses pengambilan keputusan uji validitas didasarkan pada perbandingan nilai r hitung dan nilai r tabel. Pernyataan dianggap benar jika nilai r hitung lebih tinggi dari nilai r tabel. Sebaliknya, pernyataan dianggap salah jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel.

B. Uji Reliabilitas

Uji kualitas tak tergoyahkan dilakukan untuk menilai tingkat ketepatan atau konsistensi dari alat pengumpul informasi (instrumen) yang digunakan. Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2014:117), uji kualitas yang tak tergoyahkan memperkirakan sejauh mana hasil estimasi dengan menggunakan item yang sama akan memberikan informasi yang komparatif. Dalam penelitian, uji reliabilitas angket dapat diselesaikan dengan menggunakan teknik belah dua, di mana hal-hal yang disurvei diisolasi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok ganjil dan kelompok genap. Skor dari setiap hal dalam setiap kelompok ditambahkan untuk mendapatkan skor keseluruhan. Jika hubungan antara dua skor absolut mencapai 0,700 atau lebih, maka hal tersebut dianggap memiliki tingkat ketergantungan yang memuaskan. Di sisi lain, item dianggap memiliki reliabilitas yang rendah jika nilai korelasinya lebih rendah dari 0,700.

2.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis ini terbagi menjadi dua yakni analisis kuadran dan analisis kesenjangan (GAP). Melalui analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap variabel yang diplotkan berdasarkan tingkat harapan (H) dan persepsi kinerja (K) dari variabel tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (GAP) digunakan untuk melihat kesenjangan antara harapan konsumen (H) dan persepsi kinerja (K) suatu atribut instrum (Ghozi, Rakim, & Mahfud, 2019). Untuk mengetahui posisi masing-masing atribut menggunakan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

$\bar{X}$ = Skor rata-rata persepsi/*performance*

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata harapan/*importance*



Gambar 3 : Pembagian Kuadran Importance Performance Analysis

Gambar 3 tersebut terdiri dari empat kuadran. Pertama, kuadran I, atribut dianggap sangat penting tetapi kinerja tidak memuaskan. Kedua, kuadran II, atribut dianggap sangat penting dan kinerja memuaskan. Ketiga, kuadran III, atribut dianggap tidak penting dan kinerja kurang memuaskan. Keempat, kuadran IV, atribut dianggap tidak penting tetapi kinerja memuaskan (Kusuma, Purwadi, & Syahputra, 2021).

Variabel penelitian penelitian ini adalah tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap sistem E-Service dan tingkat kepentingan dari masing-masing variabel kualitas pelayanan. Variabel penelitian berdasarkan kualitas pelayanan adalah yang akan diukur masing-masing tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat kepentingannya dengan dimensi ease of use, web design, realibility, system availability, privacy, responsiveness, empathy (Putri & Hanifa, 2022).

2.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Untuk mengetahui besarnya CSI langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut. Pertama, menentukan Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS). Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan Mean Satisfaction Score (MSS) adalah rata-rata skor tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan pelanggan (Anggraini et al., 2015). Kedua, membuat Weight Factors (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS peratribut terhadap total MIS seluruh atribut. Ketiga, menghitung Weight Score (WS) atau skor tertimbang yang merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (MSS). Keempat, menentukan Customer Satisfaction Index (CSI). Digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna berdasarkan rumus perhitungan (Umam & Hariastuti, 2018). Maka langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P MIS}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

$\sum_{i=1}^P MIS$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p.

HS = HS (*higest scale*) merupakan skala maksimum yang digunakan.

Kriteria indeks kepuasan diantaranya 0,00 sampai 1,00 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 : Kriteria Indeks Kepuasan

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang Puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

2.6 Instrumen Penelitian

Pengembangan instrumen ditempuh melalui beberapa cara, yaitu (a) menyusun indikator variabel penelitian; (b) menyusun kisi-kisi instrumen; (c) melakukan uji coba instrumen; dan melakukan pengujian validitas dan reliabelitas instrumen.

Tabel 4 adalah tabel layanan mobile simari yang diperoleh dari 7 dimensi *ease of use, web design, reliability, system availability, privacy, responsiveness, empathy* dari penelitian Putri & Hanifa (2022) sebagai berikut:

Tabel 2 : Layanan Mobile Simari (Harapan)

Dimensi	Item
a. Kemudahan mempelajari	KJ1
b. Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna	KJ2
c. Kemudahan dalam pengoperasian	KJ3
d. Menu pengguna dikategorikan dengan jelas dan tersusun rapi di layer	KJ4
e. Informasi produk dapat ditemukan dengan mudah	KJ5
f. Website terlihat profesional dengan desain yang baik	KJ6
g. Merealisasikan apa yang telah dijanjikan	KJ7
h. Memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi Konsumen	KJ8
i. Memberikan sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan	KJ9
j. Situs dapat berfungsi dengan baik	KJ10
k. Situs jarang terjadi masalah	KJ11
l. Ketersediaan operasional sama dengan ketersediaan yang diprediksi hingga operasional tersedia	KJ12
m. Kerahasiaan informasi pribadi	KJ13
n. Sistem perlindungan	KJ14
o. Jaminan keamanan data pribadi	KJ15
p. Kecepatan karyawan dalam menjalani pelanggan	KJ16
q. Ketanggapan dalam membantu kesulitan pelanggan	KJ17
r. Kesiadaan dalam memberi informasi	KJ18
s. Pemahaman perasaan pelanggan	KJ19
t. Tingkat kepekaan terhadap pelanggan	KJ20
u. Kemampuan responsif terhadap masalah yang dihadapi	KJ21

Tabel 3: Layanan Mobile Simari (Kinerja)

Dimensi	Item
1. Kemudahan mempelajari	KP1
2. Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna	KP2
3. Kemudahan dalam pengoperasian	KP3
4. Menu pengguna dikategorikan dengan jelas dan tersusun rapi di layar	KP4
5. Informasi produk dapat ditemukan dengan mudah	KP5

6. Website terlihat profesional dengan desain yang baik	KP6
7. Merealisasikan apa yang telah dijanjikan	KP7
8. Memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.	KP8
9. Memberikan sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan	KP9
10. Situs dapat berfungsi dengan baik	KP10
11. Situs jarang terjadi masalah	KP11
12. Ketersediaan operasional sama dengan ketersediaan yang diprediksi hingga operasional tersedia	KP12
13. Kerahasiaan informasi pribadi,	KP13
14. Sistem perlindungan	KP14
15. Jaminan keamanan data pribadi.	KP15
16. Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	KP16
17. Ketanggapan dalam membantu kesulitan pelanggan	KP17
18. Kesiapan dalam memberi informasi	KP18
19. Pemahaman perasaan pelanggan	KP19
20. Tingkat kepekaan terhadap pelanggan	KP20
21. Kemampuan responsif terhadap masalah yang dihadapi	KP21

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian adalah Anggota Koperasi di Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama Cabang Karawang, Jawa Barat sebanyak 96 orang. Dalam penelitian, peneliti mengelompokkan profil responden berdasarkan Usia, Pendidikan, Jenis Kelamin, pekerjaan. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi setiap identitas responden:

A. Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan Usia anggota koperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Identitas Responden Berdasarkan Usia

USIA	Jumlah	Persentase
Di bawah 25 Tahun	5	5%
25 - 34 Tahun	7	7%
35 - 50 Tahun	81	84%
Di atas 50 Tahun	3	3%
Total Keseluruhan	96	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Tabel diatas menunjukkan Kelompok usia 35 - 50 tahun memiliki representasi terbesar dalam sampel ini, dengan 81 orang responden, yang mencakup 84% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di usia dewasa madya, yang mungkin mencerminkan kelompok usia target survei atau studi tersebut. Kelompok usia 25 - 34 tahun diwakili oleh 7 responden, yang merupakan 7% dari total. Kelompok usia ini menunjukkan partisipasi yang lebih rendah dibandingkan dengan kelompok usia sebelumnya. Kelompok usia di bawah 25 tahun memiliki partisipasi yang paling rendah selain kelompok usia di atas 50 tahun, dengan hanya 5 responden atau 5% dari total. Kelompok usia di atas 50 tahun juga memiliki representasi yang kecil dalam studi ini dengan hanya 3 responden, yang berarti 3% dari keseluruhan jumlah responden. Total jumlah responden dalam studi ini adalah 96 orang.

B. Responden Berdasarkan Pendidikan

Identitas responden berdasarkan Pendidikan anggota koperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5: Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	3	3%
SMP/MTs	5	5%
SMA/MA/SMK	53	55%
Diploma 3	10	10%
S1	20	21%
S2	5	5%
S3	0	0%
Total Keseluruhan	96	100%

Tabel diatas menunjukkan total 96 responden yang terlibat dalam survei ini, mayoritas memiliki latar belakang pendidikan SMA/MA/SMK, dengan jumlah 53 orang yang mewakili 55% dari total keseluruhan. Ini menandakan bahwa lebih dari setengah responden berada pada tingkat pendidikan menengah atas. Sejumlah 20 responden, atau 21%, memiliki gelar sarjana (S1), yang menunjukkan sekitar seperlima dari populasi responden memiliki pendidikan tinggi. Lebih lanjut, ada 10 responden dengan pendidikan Diploma 3, yang berkontribusi sebesar 10% dari total jumlah responden. Sementara itu, tingkat pendidikan SMP/MTs diwakili oleh 5 responden, setara dengan 5%. Hanya 3 responden atau 3% yang memiliki pendidikan tingkat SD sebagai latar belakang pendidikan terakhir mereka. Responden dengan pendidikan pascasarjana (S2) berjumlah 5 orang atau 5%, sedangkan tidak ada responden yang tercatat memiliki pendidikan doktoral (S3), yang berarti 0% dari total responden. Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa penelitian ini mencakup berbagai tingkat pendidikan dari SD hingga S2, dengan tidak adanya responden dari tingkat S3.

C. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin anggota koperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6: Identitas Responden Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	50	52%
Wanita	46	48%
Total Kesel	96	100%

Tabel diatas menunjukkan jumlah tersebut, 50 orang atau 52% adalah pria, sementara 46 orang atau 48% adalah wanita. Interpretasi sederhana dari data ini adalah bahwa dalam kelompok responden ini, jumlah pria dan wanita hampir sama, dengan sedikit lebih banyak pria daripada wanita.

D. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Identitas responden berdasarkan pekerjaan anggota koperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7: Identitas Responden Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	3	3%
Pegawai Negeri/Karyawan	39	41%
Wiraswasta	23	24%
Lain-Lain	31	32%
Total Keseluruhan	96	100%

Tabel diatas menunjukan Pelajar/Mahasiswa Hanya 3 orang atau 3% dari total responden yang merupakan pelajar atau mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa kelompok ini hanya merupakan sebagian kecil dari keseluruhan responden. Pegawai Negeri/Karyawan Sebanyak 39 orang atau 41% dari total responden bekerja sebagai pegawai negeri atau karyawan. Ini merupakan kelompok terbesar dalam distribusi pekerjaan, menunjukkan bahwa mayoritas responden bekerja di sektor pemerintahan atau swasta dalam kapasitas pegawai atau karyawan. Wiraswasta terdapat 23 orang atau 24% dari responden yang berprofesi sebagai wiraswasta. Kelompok ini mewakili sekitar seperempat dari total responden, menandakan keberadaan kewirausahaan yang signifikan dalam sampel ini. Lain-Lain sebanyak 31 orang atau 32% dari responden dikategorikan dalam kelompok 'Lain-Lain'. Kategori ini mungkin mencakup berbagai jenis pekerjaan yang tidak termasuk dalam tiga kategori lainnya, menunjukkan keragaman profesi di antara responden.

Uji Validitas

Tabel 8: Hasil Uji Validitas

IPA	Dimensi	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
Harapan	KJ1	0.829	0.1689	0.000	Valid
	KJ2	0.824	0.1689	0.000	Valid
	KJ3	0.842	0.1689	0.000	Valid
	KJ4	0.871	0.1689	0.000	Valid
	KJ5	0.807	0.1689	0.000	Valid
	KJ6	0.883	0.1689	0.000	Valid
	KJ7	0.902	0.1689	0.000	Valid
	KJ8	0.928	0.1689	0.000	Valid
	KJ9	0.92	0.1689	0.000	Valid
	KJ10	0.88	0.1689	0.000	Valid
	KJ11	0.79	0.1689	0.000	Valid
	KJ12	0.885	0.1689	0.000	Valid
	KJ13	0.841	0.1689	0.000	Valid
	KJ14	0.826	0.1689	0.000	Valid
	KJ15	0.808	0.1689	0.000	Valid
	KJ16	0.883	0.1689	0.000	Valid
	KJ17	0.916	0.1689	0.000	Valid
	KJ18	0.857	0.1689	0.000	Valid
	KJ19	0.836	0.1689	0.000	Valid
	KJ20	0.846	0.1689	0.000	Valid
	KJ21	0.885	0.1689	0.000	Valid
Kinerja	KP1	0.83	0.1689	0.000	Valid

IPA	Dimensi	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
	KP2	0.872	0.1689	0.000	Valid
	KP3	0.869	0.1689	0.000	Valid
	KP4	0.899	0.1689	0.000	Valid
	KP5	0.875	0.1689	0.000	Valid
	KP6	0.888	0.1689	0.000	Valid
	KP7	0.879	0.1689	0.000	Valid
	KP8	0.856	0.1689	0.000	Valid
	KP9	0.905	0.1689	0.000	Valid
	KP10	0.826	0.1689	0.000	Valid
	KP11	0.887	0.1689	0.000	Valid
	KP12	0.922	0.1689	0.000	Valid
	KP13	0.884	0.1689	0.000	Valid
	KP14	0.874	0.1689	0.000	Valid
	KP15	0.843	0.1689	0.000	Valid
	KP16	0.925	0.1689	0.000	Valid
	KP17	0.918	0.1689	0.000	Valid
	KP18	0.928	0.1689	0.000	Valid
	KP19	0.902	0.1689	0.000	Valid
	KP20	0.917	0.1689	0.000	Valid
	KP21	0.924	0.1689	0.000	Valid

Tabel diatas menunjukkan semua indikator untuk kedua variabel (Kinerja dan Kepentingan) memiliki nilai r hitung yang jauh lebih tinggi dari nilai r tabel (0.1689). Selain itu, nilai signifikansinya adalah 0.000, yang jauh lebih rendah dari ambang batas kebiasaan (0.05), menunjukkan bahwa setiap indikator secara statistik signifikan. Kesimpulannya, semua indikator dalam tabel ini valid dan secara signifikan mengukur variabel yang dituju, yaitu 'Harapan' dan 'Kinerja'. Ini berarti bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan variabel yang mereka representasikan, menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur konsep-konsep yang dituju.

Uji Instrumen Reliabilitas

Tabel 9: Hasil Uji Reliabilitas

IPA	<i>Cronbranc'h Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harapan	0.982	0.700	Reliabel
Kinerja	0.986	0.700	Reliabel

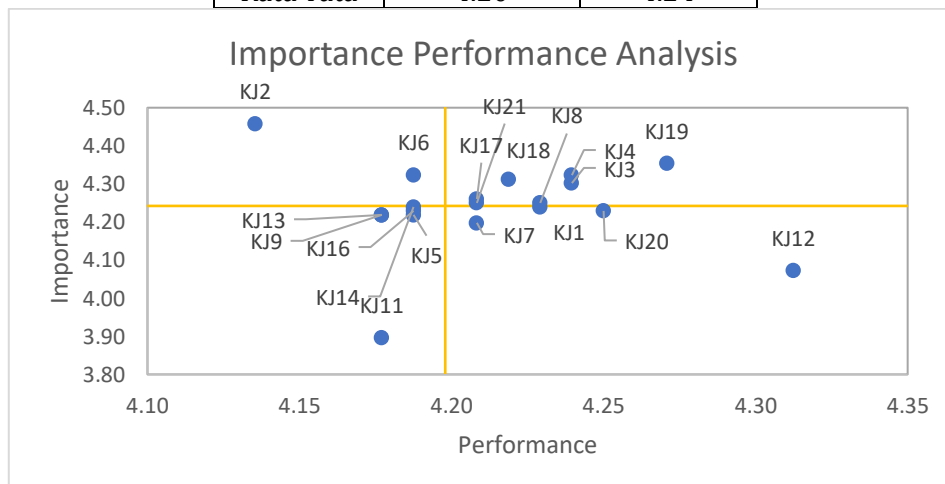
Tabel diatas menunjukkan variabel 'Harapan', nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.982, yang jauh melebihi standar reliabilitas 0.700. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur 'Harapan' sangat konsisten dan reliabel. Variabel 'Kinerja', nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.986, yang juga jauh melebihi standar reliabilitas 0.700. Hal ini menandakan bahwa indikator-indikator untuk 'Kinerja' juga sangat konsisten dan reliabel. Kesimpulannya, kedua variabel ('Harapan' dan 'Kinerja') memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* mereka. Ini berarti bahwa alat ukur atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur konsep 'Harapan' dan 'Kinerja'.

Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

Pengambilan keputusan metode IPA dilakukan dengan Microsoft Excel 2019 dengan memasukkan data berupa atribut 1 hingga 21 dengan rata-rata kinerja dan kepentingan sehingga grafik yang menggambarkan kuadran dari setiap atribut pertanyaan. Grafik tersebut kemudian ditampilkan dari prosedur metode IPA, khususnya diagram kartesius, sebagai berikut:

Tabel 10: *Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)*

Dimensi	Performance	Importance
KJ1	4.23	4.24
KJ2	4.14	4.46
KJ3	4.24	4.30
KJ4	4.24	4.32
KJ5	4.19	4.22
KJ6	4.19	4.32
KJ7	4.21	4.20
KJ8	4.23	4.25
KJ9	4.18	4.22
KJ10	4.04	4.25
KJ11	4.18	3.90
KJ12	4.31	4.07
KJ13	4.18	4.22
KJ14	4.19	4.24
KJ15	4.08	4.24
KJ16	4.19	4.23
KJ17	4.21	4.26
KJ18	4.22	4.31
KJ19	4.27	4.35
KJ20	4.25	4.23
KJ21	4.21	4.25
Rata-rata	4.20	4.24



Gambar 4 : Hasil Penghitungan Importance Performance Analysis

Gambar diatas menunjukkan hasil penghitungan tersebut adalah sebagai berikut. Kuadran 1 (Prioritas Utama) layanan yang harus dievaluasi dan ditingkatkan performanya karena sangat penting bagi pelanggan adalah layanan KJ2 dan KJ6. Kuadran 2 (Pertahankan Kinerja) layanan yang harus dipertahankan karena dianggap sangat penting bagi pelanggan dan performanya bagus adalah layanan KJ19, KJ3, KJ4, KJ8, KJ18, KJ21 dan KJ17. Kuadran 3 (Prioritas Rendah) KJ13, KJ9, KJ16, KJ5, KJ14 dan KJ11 dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada

kenyatatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Kuadran 4 (Berlebihan) KJ7, KJ1, KJ20 dan KJ12 tidak ada layanan yang dianggap tidak penting dan kinerjanya berlebihan bagi pelanggan

Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

tabel variabel dan indikator kinerja serta kepentingannya yang diperoleh dari penelitian Putri & Hanifa (2022) berupa 7 dimensi ease of use, web design, realibility, system availability, privacy, responsiveness, empathy berupa kepuasan nasabah kepuasan dan kepentingan anggota koperasi.

Tabel 11: Hasil Pengukuran Memperoleh CSI

Variabel	MIS	MSS	WF	WS
KJ1	4.24	4.23	0.047591	0.201271
KJ2	4.46	4.14	0.050047	0.206964
KJ3	4.30	4.24	0.048293	0.204741
KJ4	4.32	4.24	0.048527	0.205733
KJ5	4.22	4.19	0.047357	0.198309
KJ6	4.32	4.19	0.048527	0.203205
KJ7	4.20	4.21	0.047123	0.198311
KJ8	4.25	4.23	0.047708	0.201766
KJ9	4.22	4.18	0.047357	0.197816
KJ10	4.25	4.04	0.047708	0.19282
KJ11	3.90	4.18	0.043732	0.182674
KJ12	4.07	4.31	0.04572	0.197169
KJ13	4.22	4.18	0.047357	0.197816
KJ14	4.24	4.19	0.047591	0.199288
KJ15	4.24	4.08	0.047591	0.194331
KJ16	4.23	4.19	0.047474	0.198799
KJ17	4.26	4.21	0.047825	0.201264
KJ18	4.31	4.22	0.04841	0.204229
KJ19	4.35	4.27	0.048877	0.208747
KJ20	4.23	4.25	0.047474	0.201766
KJ21	4.25	4.21	0.047708	0.200772
Total	89.08	88.16		
WT				4.19779
CS1				0.839558

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pengguna aplikasi Mobile SIMARI, hasil pengujian CSI disajikan dalam table, nilai indeks kepuasan yang diperoleh adalah 0,8395 atau 83.95%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Mobile SIMARI, sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Mobile SIMARI.

4. KESIMPULAN

Dengan menggunakan metode Performance Importance Analysis (IPA) dalam penelitian ini terlihat bahwa indikator yang masuk Kuadran 1 (Prioritas Utama) layanan yang harus dievaluasi dan ditingkatkan performanya karena sangat penting bagi pelanggan adalah layanan KJ2 (Kemudahan yang dapat meningkatkan keinginan pengguna) dan KJ6 (Website terlihat

professional dengan desain yang baik). Sedangkan indikator yang masuk Kuadran 4 (Berlebihan) KJ7(Merealisasikan apa yang telah dijanjikan), KJ1 (Kemudahan mempelajari), KJ20 (Tingkat kepekaan terhadap pelanggan) dan KJ12 (Ketersediaan operasional sama dengan ketersediaan yang diprediksi hingga operasional tersedia), tidak ada layanan yang dianggap tidak penting dan kinerjanya berlebihan bagi pelanggan.

Dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yaitu sebesar 0,8395 atau 83.95%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengguna aplikasi Mobile SIMARI sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan Koperasi Jasa Syariah Mambaul Rizki Investama Cabang Karawang, Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa).
- Aisyah, M., & Umiyati, U. (2018). The Mudharabah Savings Demand among the Member of Islamic Financial Service Cooperatives in Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11, 2.
- Andi, A. and Jufriyanto, M. (2023). Integration of the servqual, ipa, and csi methods to analysis customers satisfaction. *Jurnal Sains Dan Teknologi Industri*, 21(1), 42.
- Andika Febrianta, Dra. Indrawati M.M., Ph.D, "Pengaruh kualitas Layanan mobile Banking terhadap kepuasan Nasabah Bank bca di Kota Bandung", e-Proceeding of Management: Vol.3, No.3 December 2016 | Page 2879
- Asmania Sofli Atmanegara, Astri Wulandari, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Di PT. Bank SUMUT KCP Marendal (Studi Kasus Terhadap Anggota PT. Bank SUMUT KCP Marendal Di Kota Medan Tahun 2022)." e-Proceeding of Applied Science: Vol.8, No.5 Oktober 2022 | Page 395
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo.
- Fitriani, F., Sudiyo, S., Berliana, D., & Yuniarti, E. (2018). Primary components in shaping koperasi masjid's participation level: employing a principle component analysis approach. *Masyarakat Kebudayaan Dan Politik*, 31(3), 318.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 37-44.
- Hakim, L., Aureli, A., Adam, Z., Sagita, I., Anisah, F., Nusantara, C., ... & Amin, A. (2021). Analisa keberlanjutan bmt dalam pademi covid 19 berbasis bisnis model dan pemilihan pelayanan anggota pembiayaan (selective lending). *El-Ecosy Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 17.
- Hidayat, M. Iman dan Yusnidah. *Revolusi Pendidikan Tinggi di Era Industri*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Mulyana, A. A., Putra, P. S., Faqih, A., & Aisyah, S. (2023). The Effect Of Management Performance On The Satisfaction Of Members Of The Shari'ah Perambabulan Al Qomariyah Cooperative. *Interdisciplinary Journal & Hummanity (INJURITY)*, 2(10).

- Mundir, Abdillah dan Lilik Nur Hayati, "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan." *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* no. 2 (2021).
- Raysa Sekar Putri. (2019). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang.
- Saputra, H. and ISTIQOMAH, R. (2024). Analisis kualitas layanan mobile jkn menggunakan metode e-service quality, customer satisfaction index (csi) dan importance performance analysis (ipa). *Jurnal Jaminan Kesehatan Nasional*, 4(1), 66-76.
- Sari, R. N. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Palangkaraya Kalimantan Tengah. *Jurnal Manajemen*.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan customer satisfaction index (csi) dan importance performance analysis (ipa) (studi kasus umkm ahul saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286-295.
- Sidik, S., & Logahan, J. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Sarana terhadap Citra Institusi Berdampak Kepada Kepuasan Mahasiswa Di STMA Trisakti. *Journal of Geopolitic, Geostrategic, and Geoeconomic Studies*, 1(1), 24-37.
- Sriati, S., Siswanto, A., Mulyanto, M., & Yuniarti, Y. (2020). Effect of service quality on the member satisfaction of cooperative bmt trans mekar sari mandiri at tanjung lago district banyuasin regency south sumatera.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Supriatin, E., Permana, B., Ramadan, A. M., Sudrajat, D. A., & Lindayani, L. (2021). Analysis of patient satisfaction with family center care services based on importance performance analysis and customer satisfaction index. *Jurnal Ilmiah Keperawatan (Scientific Journal of Nursing)*, 7(3), 1-7.