

## Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Pengurus dan Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota serta Implikasinya Terhadap Perkembangan Usaha Koperasi Konsumen di Kota Bandung

Indra Fahmi <sup>1</sup>, Deddy Supriyadi <sup>2</sup>, Tri Agustina <sup>3</sup>  
Universitas Koperasi Indonesia<sup>1,2,3</sup>  
[Triagustina8808@gmail.com](mailto:Triagustina8808@gmail.com)

---

### Info Artikel

Sejarah Artikel:  
Diterima 25 November 2025  
Disetujui 20 Januari 2026  
Diterbitkan 02 Februari 2026

---

**Keywords:** Cooperative Business Development, Member Participation, Managerial Entrepreneurial Spirit, Service Quality

---

### ABSTRACT

*Consumer cooperatives in Bandung City are expected to serve as strategic institutions in supporting the local economy. However, their business development has tended to stagnate and has not yet made a significant contribution to the Gross Regional Domestic Product (GRDP). This study aims to examine the influence of managerial entrepreneurial spirit and service quality on member participation and its implications for cooperative business development. The research employs a quantitative approach with a causal-confirmatory design. Primary data were collected using a questionnaire instrument with a Likert scale. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4.0.9.9 software. The findings indicate that, simultaneously, managerial entrepreneurial spirit and service quality influence member participation by 55%. Furthermore, managerial entrepreneurial spirit, service quality, and member participation together affect cooperative business development by 29.1%, with the remaining variance explained by other factors. Partially, only service quality was found to have a positive and significant effect on member participation.*

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Koperasi konsumen di Kota Bandung diharapkan dapat menjadi wadah strategis dalam menunjang perekonomian setempat karena memiliki jumlah paling banyak dari jenis koperasi lain serta dikenal sebagai kota yang memiliki ekosistem ekonomi kreatif. Namun dalam perkembangannya, koperasi konsumen di Kota Bandung belum memiliki dampak terhadap peningkatan perekonomian setempat. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi koperasi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Berdasarkan dokumen resmi PDRB Kota Bandung menurut Lapangan Usaha 2020-2024 termasuk didalamnya jasa keuangan lainnya, hanya memiliki kontribusi yang sangat kecil (di bawah 5,9%) terhadap PDRB (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2025).

Kecilnya kontribusi koperasi konsumen kota Bandung terhadap PDRB tersebut, sejalan dengan perkembangan usaha koperasi yang cenderung melambat dan belum signifikan. Perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung periode 2019-2023 dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

**Tabel 1. 1. Perkembangan Usaha Koperasi Konsumen kota Bandung Periode 2019-2023**

No	Indikator	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Jumlah Koperasi Aktif (Unit)	662	737	778	816	834
2.	Jumlah RAT	376	403	424	637	631
3.	Jumlah Anggota (Orang)	151.079	161.827	144.400	144.952	158.371
4.	Jumlah Modal Sendiri (Rp.)	979,23 M	1,09 T	1,07 T	1,2 T	1,45 T
5.	Jumlah Modal Luar (Rp.)	1,36 T	1,38 T	1,30 T	1,15 T	1,19 T
6.	Jumlah Aset (Rp.)	2,34 T	2,56 T	2,46 T	2,50 T	2,69 T
7.	Jumlah Volume Usaha (Rp.)	1,87 T	1,96 T	1,73 T	2,05 T	2,05 T
8.	Jumlah SHU (Rp.)	117,31 M	128,46 M	106,56 M	100,05 M	105,2 M

Sumber: (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023)(data olah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat kita lihat bahwa perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung pada periode 2019 - 2023 cenderung belum berkembang secara signifikan. Meskipun pada indikator jumlah koperasi aktif dalam setiap tahunnya meningkat, namun pada indikator jumlah anggota mengalami perkembangan yang fluktuatif. Pada perkembangan jumlah anggota mengalami penurunan pada tahun 2021 sejumlah 144.400 dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2020 sejumlah 161.827 dan mengalami peningkatan kembali namun belum signifikan sampai dengan tahun 2023 hanya sejumlah 158.371. Hal ini dapat menandakan partisipasi dan keanggotaan koperasi cenderung kurang stabil dan berpotensi menghambat perkembangan usaha koperasi dalam jangka panjang. Pada indikator modal sendiri dan aset cenderung meningkat dalam setiap tahunnya dan hanya mengalami penurunan pada tahun 2021, namun pada indikator SHU cenderung mengalami fluktuatif pada setiap tahunnya. Hal ini dapat menandakan kemampuan koperasi dalam menciptakan keuntungan (efisiensi usaha) menurun. Selanjutnya, pada indikator volume usaha belum meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Indikator volume usaha pada tahun 2020 sedikit mengalami kenaikan namun menurun kembali pada tahun 2021 kemudian meningkat kembali pada tahun 2022 dan stagnan pada tahun 2023. Hal ini dapat menandakan bahwa perkembangan usaha koperasi sudah mendekati titik jenuh dan belum mampu ekspansi lebih jauh.

Koperasi pada dasarnya merupakan entitas bisnis yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan bersama. Karena itu, hasil akhir dari keberhasilan koperasi terletak pada penciptaan nilai tambah dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi anggotanya (konsumen). Sebagaimana dalam suatu perusahaan, konsumen merupakan pusat bagi bisnis sehingga harus dapat memberikan nilai yang sebaik-baiknya bagi konsumen daripada yang ditawarkan pesaing (Supriyadi, 2021). Koperasi konsumen merupakan salah satu jenis koperasi yang bergerak di bidang penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh anggota koperasi untuk kebutuhan sehari-hari dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota serta menjamin ketersediaan barang/jasa dengan kualitas yang baik dan terjangkau. Secara operasional, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam koperasi konsumen karena melayani langsung kebutuhan anggota. Di sisi lain, koperasi konsumen juga menuntut strategi bisnis yang inovatif dan fleksibel untuk menciptakan nilai tambah yang dapat diwujudkan melalui peran pengurus yang memiliki jiwa kewirausahaan agar dapat berdaya saing dengan layanan nonkoperasi lainnya. Inovasi menjadi kunci penting dalam mempertahankan daya saing koperasi. Koperasi konsumen perlu terus berinovasi untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar (Solihin, 2025). Koperasi perlu mengidentifikasi peluang inovasi yang relevan, menguji dan

menerapkan ide-ide baru, serta evaluasi dampak inovasi akan membantu koperasi tetap relevan di pasar (Fahmi, 2025). Dengan demikian, jiwa kewirausahaan pengurus dan kualitas pelayanan berpotensi mempengaruhi partisipasi anggota serta berimplikasi pada perkembangan usaha koperasi konsumen tersebut.

Menurut Hendar & Kusnadi (2018:95) faktor utama yang paling penting dalam mendukung keberhasilan atau perkembangan suatu organisasi koperasi adalah partisipasi. Pentingnya partisipasi anggota dalam koperasi juga disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Pasal (17) ayat (1) di mana anggota sebagai pemilik sekaligus sebagai pengguna jasa yang berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan koperasi. Sehingga, berkembang tidaknya suatu koperasi sangat bergantung pada partisipasi anggota. Pada hasil penelitian (Harini & Septiansyah, 2019) juga menyatakan bahwa partisipasi anggota memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keberhasilan usaha koperasi. Namun sebaliknya, pada hasil penelitian (Riyanto et al., 2024) dan (Pulungan, 2022) menyatakan bahwa partisipasi anggota tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha. Perihal ini menunjukkan adanya kesenjangan pada hasil penelitian (research gap) yang dapat disebabkan karena adanya perbedaan konsep, teori, dan jangkauan populasi sehingga perlu dilakukan penelitian kembali dengan menggali pemahaman dari sudut pandang dan persepsi lainnya.

Adapun indikasi faktor pertama yang dapat merangsang tingkat partisipasi anggota adalah adanya pengurus koperasi yang memiliki jiwa kewirausahaan. Menurut Hendar & Kusnadi (2018:209) menyatakan bahwa seseorang akan menjadi anggota dan berpartisipasi dengan koperasi apabila ia memperoleh keuntungan yang lebih besar (competitive advantages) pada koperasi daripada jika berusaha sendiri maupun bergabung dengan perusahaan nonkoperasi. Dalam hal ini, pengurus yang memiliki jiwa kewirausahaan berpotensi besar dalam menciptakan competitive advantages melalui inovasi dan strategi yang dimilikinya. Sehingga, dapat dikatakan jiwa kewirausahaan pengurus berpotensi memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat partisipasi anggota dalam koperasi. Indikasi adanya pengaruh langsung jiwa kewirausahaan pengurus terhadap tingkat partisipasi anggota dalam koperasi juga didukung oleh hasil penelitian (Triwani et al., 2020) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap partisipasi anggota. Faktor jiwa kewirausahaan pengurus juga berpotensi berpengaruh langsung terhadap perkembangan usaha koperasi. Pentingnya pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus terhadap perkembangan usaha koperasi ini disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 pasal (30) ayat (1) yang menyebutkan bahwa pengurus bertugas (a) mengelola koperasi dan usahanya. Perihal tersebut menjelaskan bahwa pengurus memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan usaha koperasi. Ropke (dalam Hendar & Kusnadi, 2018:206) juga menyatakan bahwa suatu koperasi akan berkembang apabila memiliki wirausaha-wirausaha koperasi yang memiliki kebebasan dan motif untuk menciptakan inovasi. Pengurus yang memiliki jiwa kewirausahaan atau wirausaha koperasi (wirakop) dapat menciptakan competitive advantages melalui inovasi dan strateginya sehingga berpotensi dapat mendorong koperasi untuk berkembang lebih cepat. Adanya pengaruh langsung jiwa kewirausahaan pengurus terhadap perkembangan usaha koperasi juga didukung oleh hasil penelitian (Riyanto et al., 2024), (Asidah, 2023) dan (Anita, 2020).

Indikasi faktor penting kedua yang dapat mempengaruhi langsung terhadap tingkat partisipasi anggota adalah kualitas pelayanan koperasi. Menurut Hanel (dalam Hendar & Kusnadi, 2018:99) peningkatan pelayanan yang efisien melalui penyediaan barang dan jasa oleh perusahaan koperasi akan menjadi perangsang penting bagi anggota untuk turut berpartisipasi aktif melalui kontribusinya bagi pembentukan dan pertumbuhan koperasi. Dengan demikian, adanya kualitas pelayanan yang baik akan mendorong anggota untuk berpartisipasi aktif untuk menggunakan dan memanfaatkan

pelayanan. Indikasi hubungan tersebut didukung oleh hasil penelitian sebelumnya dari (Almaududi et al., 2024; Lawitta et al., 2016; Rahmi et al., 2014; Sholekhah et al., 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi anggota. Faktor kualitas pelayanan juga berpotensi berpengaruh langsung terhadap perkembangan usaha koperasi. Koperasi pada dasarnya merupakan entitas bisnis yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan bersama di mana keberhasilan suatu koperasi terletak pada penciptaan nilai tambah dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi anggotanya. Adapun penciptaan nilai tambah dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi anggota ini dapat diwujudkan melalui kualitas pelayanan yang baik. Koperasi yang memiliki kualitas pelayanan yang baik akan mendorong anggota tersebut untuk terus berkontribusi menggunakan dan memanfaatkan pelayanan, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi perkembangan usaha koperasi secara langsung. Indikasi pengaruh hubungan langsung kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha koperasi ini didukung oleh hasil penelitian (Abrar & Hanifah, 2022) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap keberhasilan koperasi.

Indikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha koperasi tersebut, didukung oleh hasil pra survey yang dilakukan pada tujuh (7) koperasi konsumen di Kota Bandung. Berdasarkan hasil pra survey, di peroleh bahwa tingkat perkembangan usaha koperasi dalam 2 tahun terakhir (50%) stagnan, tingkat partisipasi anggota (30%) belum optimal, tingkat jiwa kewirausahaan pengurus (32%) belum optimal, dan tingkat kualitas pelayanan (40%) belum prima.

Berangkat dari seluruh rangkaian yang melatar belakangi di atas, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam rangka menguji bagaimana pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus dan kualitas pelayanan terhadap partisipasi Anggota serta Implikasinya terhadap perkembangan usaha koperasi dengan objek penelitian pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung. Adanya hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan penambahan pengetahuan dan wawasan mengenai perkoperasian khususnya terkait perkembangan usaha koperasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi koperasi yang ingin mengembangkan usahanya.

### **Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus terhadap partisipasi anggota pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 2) Bagaimana pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi anggota pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 5) Bagaimana pengaruh partisipasi anggota terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 6) Bagaimana pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap perkembangan usaha melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi pada koperasi konsumen di Kota Bandung;
- 7) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi pada koperasi konsumen di Kota Bandung;

- 8) Bagaimana upaya manajerial yang perlu dilakukan agar dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan partisipasi anggota dalam rangka perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Perkembangan Usaha Koperasi**

Perkembangan usaha Koperasi menurut Mutis (Suryaningsi & Arif, 2020), menjelaskan bahwa perkembangan atau pertumbuhan usaha koperasi adalah suatu kondisi atau keadaan bertambah majunya kegiatan usaha Koperasi. kegiatan usaha yang dimaksud sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 pasal 43 ayat (1) yaitu usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota untuk meningkatkan usaha dan kesejahteraan anggota.

Berdasarkan Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, perkembangan usaha Koperasi dilihat melalui beberapa indikator kinerja usaha Koperasi, yaitu meliputi jumlah Koperasi aktif, jumlah Koperasi yang bersertifikat NIK, jumlah anggota, jumlah modal sendiri, jumlah modal luar, jumlah aset, jumlah volume usaha dan jumlah SHU (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). (Mutis, 1992:89) juga berpendapat bahwa perkembangan (pertumbuhan) usaha Koperasi bergantung dari beberapa usaha, jasa, pendapatan, SHU, simpan pinjam, kekayaan, dan modal sendiri. Hal senada juga disampaikan oleh (Sitio & Tamba, 2001), bahwa keberhasilan koperasi merupakan variabel kinerja koperasi yang diukur. Melalui beberapa pendapat dari penjelasan indikator di atas, dapat kita simpulkan bahwa indikator perkembangan usaha Koperasi dapat diukur melalui: (1) jumlah anggota; (2) jumlah tenaga kerja; (3) jumlah modal sendiri; (4) jumlah modal luar; (5) jumlah volume usaha; (6) Jumlah Aset dan (7) SHU.

### **Partisipasi Anggota**

Partisipasi berasal dari Bahasa asing participation yang berarti pengambilan bagian atau ikut serta. Definisi partisipasi menurut Keith Davis (dalam Sastropetro, 1998) merupakan suatu keterlibatan mental dan emosi seseorang kepada pencapaian tujuan dan ikut serta bertanggung jawab di dalamnya. Adapun definisi anggota koperasi dalam Undang Undang Nomor 25 Tahun 1992 pada penjelasan pasal (20) ayat (1) menyebutkan bahwa "Anggota adalah pemilik dan pengguna jasa sangat berkepentingan dalam usaha yang dijalankan koperasi". Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa partisipasi anggota Koperasi merupakan keikutsertaan seluruh anggota dalam menjalankan hak dan kewajibannya secara mental maupun emosional terhadap seluruh kegiatan usaha untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini, partisipasi anggota Koperasi memiliki peran penting dalam perkembangan usaha Koperasi. Sejalan dengan pemahaman di atas, partisipasi anggota dalam Koperasi menurut (Hendar & Kusnadi, 2018) berarti mengikutsertakan anggota koperasi itu dalam kegiatan operasional dan pencapaian tujuan bersama. Adapun dimensi partisipasi anggota dalam penelitian ini meliputi: (1) Partisipasi anggota dalam rapat anggota; (2) Partisipasi anggota dalam permodalan; (3) Partisipasi anggota dalam pengawasan dan; (4) Partisipasi anggota dalam menggunakan jasa atau pelayanan koperasi.

### **Jiwa Kewirausahaan Pengurus**

Kewirausahaan Koperasi atau kewirakoperasian sebagai suatu sikap mental positif dalam berusaha secara koperatif, dengan mengambil prakarsa inovatif serta keberanian mengambil risiko dan berpegang teguh pada prinsip identitas koperasi, dalam mewujudkan terpenuhinya kebutuhan nyata serta peningkatan kebutuhan bersama (Hendar & Kusnadi, 2018).

Pada penelitian ini, dimensi dan indikator jiwa kewirausahaan pengurus dapat diambil dari teori ciri dan watak wirakop menurut Meredith (dalam Hendar & Kusnadi, 2018) Dimensi dan indikator tersebut terbagi mencakup berikut di bawah ini.

**Tabel 2. 1. Ciri dan Watak Jiwa Kewirausahaan Menurut Meredith (1996:5-6)**

No	Ciri-Ciri	Watak
1.	Percaya Diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualis, dan optimisme.
2.	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan yang kuat
3.	Pengambilan risiko dan suka tantangan	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar.
4.	Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik.
5.	Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
6.	Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, perspektif.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut pandangan Albert dan Zemke (Dwiyanto, 2006:140) merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, SDM pemberi layanan, strategi dan pelanggan. Sedangkan konsepsi kualitas pelayanan menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2002:59) diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Untuk dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan teori Zeithaml, Parasuraman & Berry (Ratminto & Winarsih, 2005) dengan penjelasan masing-masing aspek sebagai berikut: 1) Tangibles. Merupakan aspek kualitas pelayanan yang dapat dirasakan dan dinilai melalui panca indra manusia. 2) Reliability. Merupakan aspek terkait ketepatan, keakuratan, keandalan, dan konsistensi dalam pelayanan; 3) Responsiveness. Merupakan aspek terkait kecepatan dan ketersediaan pelayanan; 4) Assurance. Merupakan aspek terkait jaminan pelayanan; 5) Emphaty. Merupakan aspek terkait dalam hal mendengarkan dan memberikan perhatian dalam pelayanan.

### **Partial Least Square - Struktural Equation Modeling (PLS SEM)**

Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten dalam penelitian. SEM-PLS merupakan pendekatan berbasis varian yang dikembangkan oleh (Wold, 1982) untuk mengatasi keterbatasan SEM berbasis kovarians (Covariance-Based SEM/CB-SEM), terutama dalam kondisi data dengan distribusi tidak normal dan jumlah sampel yang kecil (Hair et al., 2017).

### **SmartPLS**

SmartPLS adalah perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis SEM-PLS dengan pendekatan berbasis varians. Perangkat lunak ini dikembangkan oleh Ringle et al. (2015) dan telah digunakan secara luas dalam berbagai penelitian di bidang manajemen, ekonomi, dan sosial.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Berdasarkan tujuan, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kausal-konfirmatori (casual confirmatory research). Penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel (Kerlinger & Lee, 2000). Sementara itu, penelitian konfirmatori dilakukan dengan menguji model teoritis dan hipotesis yang dibangun berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu (Hair et al., 2021). Sedangkan berdasarkan desain waktunya, penelitian ini bersifat cross sectional, di mana pengumpulan data dilakukan sekali pada waktu tertentu (Sekaran & Bougie, 2016).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengurus dan anggota koperasi konsumen yang aktif dan bersertifikat NIK di Kota Bandung tahun 2023 dengan pengurus berjumlah 1322 orang dan anggota berjumlah 158.371 orang. Mengingat banyaknya koperasi dan tidak memungkinkan untuk dilakukan penelitian pada keseluruhan unit koperasi karena keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti memilih koperasi konsumen tersebut sebagai sampel berdasarkan convenience dan tidak berdasarkan Klasifikasi Usaha Koperasi (KUK). Adapun ukuran sampel minimum yang dibutuhkan melalui analisis G\*Power version 3.1.9.7. adalah lima puluh lima (55) responden masing-masing pengurus dan anggota. Analisis G\*Power ini dipilih karena dalam menghitung ukuran sampel mempertimbangkan faktor statistik penting yaitu besarnya pengaruh antar variabel (effect size), tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (alpha), dan kekuatan analisis untuk mendeteksi pengaruh yang ada (power), serta kompleksitas model (jumlah predictor) sebagaimana faktor statistik penting tersebut digunakan dalam analisis PLS SEM untuk menguji hipotesis (Cohen, 1988)

Teknik pengambilan sampel untuk responden dari pengurus, menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yaitu individu yang menjabat sebagai ketua, wakil ketua, sekretaris, atau bendahara, serta memahami proses dan aktivitas kepengurusan koperasi. Teknik purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018:138).

Sementara itu, pengambilan sampel untuk responden anggota, menggunakan teknik convenience sampling, yaitu dipilih secara acak berdasarkan ketersediaan dan kesediaan anggota untuk mengisi kuesioner, tanpa kriteria khusus lainnya. Convenience sampling atau teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti memilih responden yang paling mudah ditemui atau diakses (Sugiyono, 2018)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk pengumpulan data primer, menggunakan teknik kuesioner/angket sebagai instrumen utama. Jenis kuesioner/angket dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis kuesioner/angket tertutup, dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. skala ordinal merupakan skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct yang diukur dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada suatu data (Sugiyono, 2017). Sementara itu, untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala likert lima (5) poin. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:152). Skala likert lima

(5) poin bertujuan untuk memberikan keseimbangan antara kompleksitas pengukuran dan kemudahan bagi responden untuk memilih karena menyediakan jawaban netral/tengah-tengah (ragu-ragu/sedang) dengan jumlah poin yang proporsional.

Terkait teknik pengumpulan data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, kajian teori, ODS Kementerian Koperasi Republik Indonesia, Laporan Kinerja Tahunan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, Website wilayah Kota Bandung, serta situs berita kredibel.

### Teknik Analisa Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Menurut Sugiyono (2019:147), analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud untuk menyimpulkan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sementara, analisis statistik inferensial menurut Sugiyono (2019:148) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai populasi. Analisis inferensial dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui program Smart PLS versi 4.0.9.9. Menurut Wold (dalam Ghozali, 2020:5) menjelaskan bahwa Partial Least Squares merupakan teknik analisis yang powerful dan disebut sebagai Soft Modeling karena menghapus asumsi-asumsi OLS (Ordinary Least Square) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya masalah multikolinieritas antar variabel eksogen (independent variable). Berikut gambar model dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Adapun jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu masing-masing sejumlah sembilan puluh dua (92) untuk responden pengurus dan sejumlah sembilan puluh dua (92) untuk responden anggota yang berasal dari empat puluh lima (45) koperasi konsumen aktif dan bersertifikat NIK di Kota Bandung

#### 1. Analisis Deskriptif

##### a. Deskriptif Responden

##### 1) Jenis Kelamin

Adapun data responden pengurus dan anggota berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 1. Data Responden Pengurus dan Anggota Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Pengurus	Persentase Pengurus	Jumlah Anggota	Persentase Anggota
Laki-Laki	51	55,43%	37	40,22%
Perempuan	41	44,57%	55	59,78%

Secara keseluruhan, koperasi konsumen di Kota Bandung memiliki jumlah pengurus yang didominasi laki-laki sebesar 55,43%, sedangkan pada anggota lebih banyak didominasi perempuan sebesar 59,78%. Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan peran antara pengurus dan anggota, di mana laki-laki lebih dominan dalam peran manajerial, sedangkan perempuan lebih dominan dalam peran konsumtif dan partisipatif sebagai anggota.

2) Tingkat Usia

Adapun data responden pengurus dan anggota berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 2. Data Respoden Berdasarkan Tingkat Usia**

Tingkat Usia	Jumlah Pengurus	Persentase Pengurus	Jumlah Anggota	Presentase Anggota
>80	0	0%	0	0%
>60-80	22	23,91%	9	9,78%
>40-60	53	57,61%	60	65,22%
>20-40	17	18,48%	22	23,91%
<=20	0	0%	1	1,09%

Secara keseluruhan, koperasi konsumen di Kota Bandung didominasi oleh tingkat usia kategori usia produktif menuju matang yaitu > 40-60, baik pengurus sebesar 57,61% maupun anggota sebesar 65,22%. Menurut Erikson (1950) pada usia tersebut merupakan tahap psikososial “Generativity Vs. Stagnation”. Di mana dalam perkembangan usaha koperasi, usia tersebut berpotensi memberikan dorongan yang bermakna, membimbing, dan produktif (generativity). Namun apabila didominasi oleh kelompok stagnation, koperasi akan beresiko stagnan kurang inovatif, dan kehilangan daya saing.

3) Tingkat Pendidikan

Adapun data responden pengurus dan anggota berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4. 3. Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah Pengurus	Persentase Pengurus	Jumlah Anggota	Presentase Anggota
S3	0	0%	0	0%
S2	14	15,23%	11	11,96%
S1	48	52,17%	36	39,13%
D3	5	5,43%	6	6,52%
SMA	23	25,00%	35	38,04%
SMP	2	2,17%	3	3,26%
SD	0	0%	1	1,09%

Secara keseluruhan, koperasi konsumen di Kota Bandung memiliki tingkat yang didominasi oleh pendidikan S1 baik pengurus sebesar 52,17% maupun anggota sebesar 39,13%. Menurut Becker (1993) dalam Human Capital Theory, pendidikan dipandang sebagai bentuk investasi yang meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan produktivitas individu. Hal ini dapat berpotensi pada perkembangan usaha koperasi, di mana pengurus dan anggota yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi akan lebih siap dalam menghadapi tekanan manajerial dan mengelola usaha koperasi.

4) Tingkat Masa Kerja

Adapun data responden pengurus dan anggota berdasarkan masa kerja dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 4. Data Responden Berdasarkan Masa Kerja**

Masa kerja	Jumlah Pengurus	Persentase	Jumlah Anggota	Persentase
>10 Th	47	51,09%	53	57,60%
>5-10 Th	24	26,09%	18	19,57%
<5 Th	21	22,82%	21	22,83%

Secara keseluruhan, koperasi konsumen di Kota Bandung memiliki tingkat yang didominasi pada lamanya berkerja > 10 th baik pengurus (51,09%) maupun anggota (57,60%). Hal ini mencerminkan bahwa koperasi konsumen di Kota Bandung memiliki basis keanggotaan dan pengurus yang berpengalaman dan loyal. Namun, hal ini juga dapat mencerminkan bahwa koperasi memiliki kendala dalam regenerasi yang pada akhirnya akan berdampak pada perkembangan usaha koperasi yang stagnan Sebagaimana dalam teori Organizational Life Cycle yang menjelaskan bahwa suatu organisasi akan berisiko mengalami stagnasi apabila tidak melakukan proses rejuvenation melalui regenerasi (Adizes, 1979).

b. Deskriptif Variabel

1) Perkembangan Usaha (Z)

Secara keseluruhan, indikator yang berada dalam kategori “Menurun (R)” yaitu “modal luar”, memiliki presentase sebesar 10%. Adanya penurunan pada modal luar dapat mencerminkan berkurangnya kepercayaan atau dukungan pihak luar terhadap koperasi secara finansial atau adanya faktor risiko usaha yang meningkat. Pada indikator yang berada dalam kategori “Tetap (T)” yaitu “perkembangan jumlah anggota, tenaga kerja, simpanan pokok, dana hibah, volume usaha dan SHU”, memiliki presentase sebesar 60%. Hal ini mencerminkan bahwa perkembangan usaha koperasi pada indikator tersebut mengalami fase stagnansi atau tidak berkembang secara signifikan. Jumlah anggota, tenaga kerja, simpanan pokok, dan dana hibah yang tidak bertambah menunjukkan indikasi adanya daya tarik koperasi dan kepercayaan terhadap koperasi masih kurang. Perkembangan volume usaha dan SHU yang tidak meningkat juga dapat menunjukkan bahwa koperasi belum mampu meningkatkan efisiensi usaha. Sedangkan indikator yang berada dalam kategori “Meningkat (N)” yaitu “perkembangan jumlah simpanan wajib, dana cadangan, dan jumlah aset”, memiliki presentase sebesar 30%. Adanya peningkatan pada jumlah simpanan wajib mencerminkan masih adanya kepatuhan anggota terhadap kewajiban, dan dana cadangan serta aset meningkat menunjukkan adanya manajemen koperasi yang cukup baik dalam mengantisipasi risiko keuangan. Dengan demikian, perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung masih belum menunjukkan kondisi perkembangan yang signifikan secara menyeluruh meskipun beberapa faktor internal sudah cukup meningkat.

2) Partisipasi Anggota (Y)

Secara keseluruhan, indikator yang berada dalam kategori “Selalu (SL)” yaitu indikator “keaktifan anggota dalam menghadiri rapat anggota, membayar simpanan wajib, mengawasi jalannya kegiatan usaha dan keaktifan dalam memanfaatkan layanan”, memiliki presentase sebesar 50%. Pada keempat indikator tersebut mencerminkan partisipasi rutin di mana anggota cenderung aktif secara langsung dalam kegiatan koperasi yang bersifat formal dan berskala rutin. Tingginya partisipasi pada indikator tersebut menunjukkan bahwa koperasi telah menjadi bagian dari kebutuhan anggota. Sedangkan pada indikator yang berada dalam kategori “Umumnya (UM)” yaitu “keaktifan anggota dalam memberikan pendapat dalam rapat anggota, pengambilan keputusan, membayar simpanan sukarela, serta keaktifan anggota dalam mengawasi jalannya kegiatan organisasi koperasi”, memiliki presentase sebesar 50%. Untuk

indikator yang berada pada kategori “Umumnya (UM)” ini merepresentasikan partisipasi strategis dan inisiatif anggota secara lebih dalam. Tingginya kategori “Umumnya (UM)” yang artinya “Tidak Selalu” ini mencerminkan partisipasi hanya dilakukan jika diperlukan atau memiliki dorongan tertentu. Dengan demikian, tingkat partisipasi anggota masih belum optimal pada partisipasi yang bersifat strategis dan inisiatif.

### 3) Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1)

Secara keseluruhan, indikator yang berada dalam kategori “Selalu (SL)”, yaitu “kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, dan indikator punya banyak sumber ilmu”, memiliki presentase sebesar 14%. Hal ini mencerminkan bahwa pengurus memiliki dorongan kuat untuk mencapai hasil, mampu memikirkan strategi bisnis koperasi (efisiensi usaha), serta pengetahuan. Pada indikator yang berada dalam kategori “Umumnya (UM)” yaitu “ketidaktergantungan, optimisme, kemampuan mengambil risiko, bertingkah laku sebagai pemimpin, menanggapi saran dan kritik, inovatif dan kreatif, punya pandangan ke depan, serta perpektif”, memiliki presentase sebesar 38%. Kategori “Umumnya (UM)” mencerminkan bahwa pengurus sebagian besar telah memiliki indikator tersebut namun tidak seluruhnya memiliki. Sedangkan indikator yang berada dalam kategori “Kadang-Kadang (KK)” yaitu “indikator keyakinan, individualitas, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, dorongan kuat, energik dan inisiatif, suka pada tantangan, dapat bergaul dengan orang lain, fleksibel, serba bisa, dan mengetahui banyak hal”, memiliki presentase sebesar 48%. Kategori “Kadang-Kadang (KK)” mencerminkan bahwa pengurus masih menunjukkan sikap inkonsisten pada indikator tersebut. Secara keseluruhan, pengurus belum sepenuhnya memiliki jiwa kewirausahaan dan masih berada pada area yang perlu ditingkatkan.

### 4) Kualitas Pelayanan (X2)

Secara keseluruhan, indikator yang berada dalam kategori “Sangat Setuju (SS)” yaitu “kemampuan memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan layanan koperasi dalam merespon kebutuhan anggota, kemampuan layanan koperasi dalam memahami kebutuhan anggota, dan transparansi dalam layanan koperasi”, memiliki presentase sebesar 29%. Sedangkan indikator yang berada dalam kategori “Setuju (S)” yaitu adanya fasilitas fisik layanan, kemudahan akses layanan, adanya perlengkapan layanan, adanya sarana komunikasi layanan, kemampuan memberikan layanan yang tepat, kemampuan memberikan layanan yang konsisten, kemampuan menindaklanjuti kebutuhan anggota, profesionalisme dalam layanan koperasi, kesopanan dan kepedulian dalam layanan koperasi dan perhatian terhadap kebutuhan anggota”, memiliki presentase sebesar 71%. Meskipun demikian, kualitas pelayanan dapat dikatakan baik apabila ekspektasi pelanggan seluruhnya terpenuhi atau terlampaui (Parasuraman et al., 1988). Sehingga secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan koperasi masih belum terpenuhi seluruhnya karena masih ada ruang sebesar 71% untuk bisa dioptimalkan.

## 2. Analisis Inferensial

### a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas terhadap indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel latennya (konstruk) dalam suatu model.

#### 1) Evaluasi Model Pengukuran Formatif

Evaluasi model pengukuran formatif dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator formatif membentuk konstruk secara valid dan signifikan. Adapun konstruk yang memiliki model indikator formatif dalam penelitian ini adalah konstruk jiwa kewirausahaan pengurus (X1), konstruk partisipasi anggota (Z), dan konstruk perkembangan usaha koperasi, di mana konstruk dibentuk oleh indikatornya

(indikator komponen pembentuk konstruk). Evaluasi model pengukuran formatif ini dapat dilakukan melalui uji signifikansi weight dan uji multikolinearitas.

(1) Uji signifikansi weight

Uji signifikansi weight dilakukan untuk menguji seberapa kuat hubungan antar indikator dengan konstruk yang diuji dengan melihat nilai t-statistik ( $\geq 1.96$ ) dan p-value ( $\leq 0.05$ ) yang diperoleh melalui proses bootstrapping. Berdasarkan hasil uji signifikansi weight, diperoleh bahwa hampir seluruh indikatornya memiliki nilai t-statistik  $< 1.96$  dan P-Value  $> 0.05$ , maka kontribusi indikator terhadap konstruknya tidak signifikan kecuali pada indikator Z\_7 yaitu indikator perkembangan jumlah modal luar. Namun tidak signifikannya indikator pada model formatif dipandang sebagai penyebab konstruk dan tidak harus saling berkorelasi. Oleh karena itu, signifikansi statistik ini tidak menjadi satu-satunya kriteria dalam menilai validitas indikator. Indikator dengan tingkat signifikansi lemah dapat dipertahankan apabila secara teori dianggap penting dan selama tidak menunjukkan multikolinearitas yang tinggi. Dalam kondisi ini, indikator tersebut perlu dipertimbangkan untuk dihapus dan dilakukan perhitungan ulang melalui bootstrapping untuk menilai pengaruh indikator lainnya secara lebih akurat (Hair et al., 2017). Dengan demikian, indikator yang hampir seluruhnya tidak signifikan di atas perlu dipertimbangkan untuk dihapus dengan melihat nilai VIF, outer loading dan dasar teori yang kuat serta selanjutnya dilakukan perhitungan ulang (calculate algorithm PLS).

(2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi korelasi tinggi antar indikator yang digunakan dalam membentuk konstruk formatif (konstruk jiwa kewirausahaan pengurus, partisipasi anggota, dan perkembangan usaha koperasi) Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai VIF  $< 5$  yang berarti menunjukkan bahwa antar indikator tidak mengalami multikolinearitas yang tinggi sehingga masing-masing indikator memberikan kontribusi informasi yang unik dan berbeda terhadap konstruk yang dibentuk (Hair et al., 2021).

2) Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi model pengukuran reflektif dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator reflektif secara valid dan reliabel merepresentasikan konstruk atau variabel laten yang diukur. Adapun konstruk yang memiliki model indikator reflektif dalam penelitian ini adalah konstruk kualitas pelayanan (X2), di mana konstruk mempengaruhi indikatornya atau konstruk menjelaskan varian indikatornya (indikator merupakan refleksi/manifestasi dari konstruknya). Untuk melakukan pengukuran model reflektif, diperlukan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, serta uji reliabilitas.

(1) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruknya melalui nilai outer loading dengan kriteria minimal  $\geq 0.70$  dan nilai AVE (Average Variance Extracted)  $\geq 0.50$ . Berdasarkan hasil uji validitas konvergen diperoleh nilai outer loading seluruhnya memenuhi kriteria yaitu  $\geq 0.70$ . hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator sudah relevan dan valid dalam merepresentasikan konstruk.

(2) Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk menjamin bahwa konstruk konstruk yang berbeda dalam model benar-benar mengukur hal yang berbeda, artinya antar konstruk secara signifikan tidak ada yang sama dengan melihat nilai Fornell Larcker, cross loadings, dan HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio). Berdasarkan nilai cross loadings, diperoleh bahwa nilai cross loading pada konstruk kualitas pelayanan koperasi memiliki nilai paling tinggi dibandingkan nilai cross loading pada konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pada konstruk

kualitas pelayanan koperasi memiliki paling merepresentasikan konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain.

(3) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada konstruk reflektif dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dan stabilitas dari indikator-indikator yang mengukur konstruksya melalui nilai Cronbach's Alpha dengan kriteria  $>0.7$  dan nilai Composite Reliability dengan kriteria  $>0.7$ . Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha  $0.984 > 0.7$  dan nilai Composite Reliability  $0.986 > 0.7$ . Dengan demikian, semua indikator pada konstruk kualitas pelayanan sangat konsisten secara internal (reliabel).

b. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

1) Variance Inflation Factor (VIF)

Evaluasi VIF bertujuan untuk menjamin masing-masing konstruk eksogen memberikan kontribusi unik dan tidak tumpang tindih dalam memprediksi konstruk endogen dengan kriteria nilai  $VIF < 5.00$ . Berdasarkan hasil uji nilai VIF, diperoleh seluruh nilai VIF tersebut berada dibawah ambang batas  $5.00$  yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar konstruk dalam model struktural. Dengan demikian, masing-masing konstruk eksogen dalam model yaitu jiwa kewirausahaan pengurus (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi yang independen sehingga hasil jalur antar konstruk dapat dikatakan valid secara statistik serta memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

2) Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar konstruk eksogen mampu menjelaskan konstruk endogen dalam model dengan dengan kriteria ( $R^2$ ) = 0.75 (kuat), ( $R^2$ ) = 0.5 (sedang), ( $R^2$ ) = 0.25 (lemah). Berdasarkan hasil uji nilai  $R^2$ , diperoleh nilai  $R^2$  pada konstruk endogen partisipasi anggota (Y) memiliki nilai  $0.550$  (sedang) yang berarti  $55,0\%$  variasi konstruk endogen partisipasi anggota (Y) tersebut cukup dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen yang mempengaruhinya yaitu konstruk jiwa kewirausahaan pengurus (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Hal ini berarti masih ada konstruk eksogen lainnya sebesar  $45,00\%$  yang dapat mempengaruhi konstruk endogen partisipasi anggota (Y). Menurut Hanel (1989), manfaat ekonomi adalah driver utama partisipasi karena koperasi berfungsi sebagai lembaga ekonomi anggota. Anggota cenderung aktif berpartisipasi apabila memperoleh manfaat langsung. Dengan demikian, faktor motivasi manfaat ekonomi anggota dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi partisipasi anggota. Partisipasi anggota juga dapat meningkat apabila anggotanya memahami program-program koperasi dan merasa memperoleh manfaat ekonomi maupun non-ekonomi. Untuk itu literasi dan pendidikan dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi partisipasi anggota (Sugiharsono, 2010). Selain itu, faktor sosial budaya juga dapat mempengaruhi partisipasi anggota. Koperasi yang tumbuh dari akar budaya lokal memiliki tingkat partisipasi lebih tinggi daripada koperasi yang didirikan secara formal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sutikno & Hakim (2016) yang menyatakan bahwa budaya masyarakat lokal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap partisipasi anggota. Sedangkan nilai  $R^2$  pada konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z) memiliki nilai  $0.291$  (lemah) yang berarti hanya  $29,1\%$  variasi konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z) dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen yang mempengaruhinya yaitu konstruk jiwa kewirausahaan pengurus (X1) kualitas pelayanan (X2), dan partisipasi anggota (Y). Hal ini berarti masih ada konstruk eksogen lainnya sebesar  $71,9\%$  yang lebih mempengaruhi konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z). Keterbatasan modal merupakan persoalan klasik yang dialami koperasi, khususnya di negara berkembang. Modal koperasi sebagian besar hanya bersumber dari simpanan wajib dan simpanan pokok anggota yang jumlahnya relatif kecil dan tidak sebanding dengan kebutuhan perkembangan usaha koperasi. Hal ini menyebabkan koperasi kesulitan memperluas usaha, berinovasi,

maupun mengakses peluang baru. Lemahnya struktur modal membuat koperasi kurang fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar dan kalah saing dengan badan usaha non koperasi yang memiliki akses pembiayaan lebih luas. Dengan demikian, faktor modal menjadi hal yang sangat penting dalam mempengaruhi perkembangan usaha koperasi.

### 3) Nilai Prediktif Relevansi ( $Q^2$ )

Nilai prediktif relevansi ( $Q^2$ ) digunakan untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model struktural terhadap variabel endogen melalui teknik blindfolding. Apabila nilai ( $Q^2$ )  $> 0$ , maka model memiliki relevansi prediktif yang baik, sebaliknya apabila nilai ( $Q^2$ )  $\leq 0$  maka model dianggap tidak memiliki kemampuan prediksi (Ghozali & Latan, 2015). Berdasarkan hasil uji nilai ( $Q^2$ ), diperoleh pada konstruk endogen partisipasi anggota (Y) memiliki nilai ( $Q^2$ )  $> 0$ , yang berarti bahwa konstruk tersebut memiliki relevansi prediktif yang baik. Sedangkan pada konstruk endogen perkembangan usaha koperasi memiliki nilai ( $Q^2$ )  $\leq 0$  yang berarti bahwa konstruk tersebut tidak memiliki relevansi prediktif yang baik yang mengindikasikan bahwa ada faktor lain diluar model yang lebih mempengaruhi konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z).

### 4) Ukuran Efek ( $f^2$ )

Ukuran efek ( $f^2$ ) digunakan untuk mengetahui kontribusi relatif dari masing-masing konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dengan kriteria ( $f^2$ )  $\geq 0,02$  dikategorikan sebagai kecil, ( $f^2$ )  $\geq 0,15$  dikategorikan sebagai sedang, dan ( $f^2$ )  $\geq 0,35$  dikategorikan sebagai besar. Berdasarkan hasil uji ( $f^2$ ), diperoleh pada konstruk eksogen jiwa kewirausahaan pengurus (X1) terhadap konstruk endogen partisipasi anggota (Y) memiliki nilai ( $f^2$ ) = 0.174 yang berarti memiliki pengaruh kategori sedang dan terhadap konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z) memiliki nilai ( $f^2$ ) = 0.333 yang juga berarti memiliki pengaruh kategori sedang. Sedangkan pada konstruk eksogen kualitas pelayanan (X2) terhadap konstruk endogen partisipasi anggota (Y) memiliki nilai ( $f^2$ ) = 0.620 yang berarti memiliki pengaruh kategori besar dan terhadap konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z) memiliki nilai ( $f^2$ ) = 0.078 yang berarti memiliki pengaruh kategori kecil. Sedangkan pada konstruk eksogen partisipasi anggota (Y) terhadap konstruk endogen perkembangan usaha koperasi (Z) memiliki nilai ( $f^2$ ) = 0.016 yang berarti memiliki pengaruh kategori sangat kecil.

### 5) Uji Signifikansi Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Uji Signifikansi koefisien jalur (path coefficients) digunakan sebagai tujuan untuk uji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian ini dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan melihat nilai koefisien jalur (path coefficient), t-statistik, dan p-value. Nilai koefisien jalur merupakan nilai estimasi yang digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan pengaruh langsung konstruk eksogen terhadap konstruk endogennya dengan kriteria rentang nilai koefisien 0.00 – 0.10 (sangat lemah),  $> 0.10$  – 0.30 (lemah),  $> 0.30$  – 0.50 (moderat),  $> 0.50$  – 0.70 (kuat)  $> 0.70$  (sangat kuat) di mana nilai positif menunjukkan hubungan searah dan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah. Nilai t-statistik digunakan untuk menguji apakah koefisien jalur tersebut signifikan secara statistik dengan kriteria t-statistik  $> 1,96$  untuk tingkat signifikansi (5%). Sedangkan nilai P-value digunakan untuk mengetahui tingkat probabilitas kesalahan dengan kriteria p-value ( $p < 0,05$ ) yang berarti signifikan (Hair et al., 2017).

*(Direct effects)*

#### (1) Jalur Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) -> terhadap Partisipasi Anggota (Y)

Pada jalur pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus (X1) terhadap partisipasi anggota (Y) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,300, t-statistik sebesar 1,155, dan p-value sebesar 0,248. Dengan demikian, H1: Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Partisipasi Anggota (Y) koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak;

- (2) Jalur Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) -> terhadap Perkembangan Usaha (Z) Pada jalur jiwa kewirausahaan pengurus (X1) terhadap perkembangan usaha koperasi (Z) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar -0.549, t-statistik sebesar 1.044, dan p-value sebesar 0.296. Dengan demikian, H2: Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Z) koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak;
  - (3) Jalur Kualitas Pelayanan (X2) -> terhadap Partisipasi Anggota (Y) Pada jalur kualitas pelayanan (X2) terhadap partisipasi anggota (Y) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,573, t-statistik sebesar 3,447, dan p-value sebesar 0,001. Dengan demikian, H3: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Partisipasi Anggota (Y) koperasi konsumen di Kota Bandung diterima;
  - (4) Jalur Kualitas Pelayanan (X2) -> terhadap terhadap Perkembangan Usaha (Z) Pada jalur kualitas pelayanan (X2) terhadap perkembangan usaha koperasi (Z) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,370, t-statistik sebesar 0,782, dan p-value sebesar 0,434. H4: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Z) koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak.
  - (5) Jalur Partisipasi Anggota (Y) -> terhadap Perkembangan Usaha (Z) Pada jalur partisipasi anggota (Y) terhadap perkembangan usaha koperasi (Z) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,167, t-statistik sebesar 0,393, dan p-value sebesar 0,694. Dengan demikian, H5: Partisipasi Anggota (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Z) koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak;
- (Indirect effects)
- (6) Jalur Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) -> Partisipasi Anggota (Y) -> Perkembangan Usaha (Z) Pada jalur ini diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,050, t-statistik sebesar 0,323, dan p-value sebesar 0,747. Dengan demikian, H6: Jiwa Kewirausahaan Pengurus (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Z) melalui Partisipasi Anggota (Y) sebagai variabel mediasi pada koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak;
  - (7) Jalur Kualitas Pelayanan (X2) -> Partisipasi Anggota (Y) -> Perkembangan Usaha (Z) Pada jalur ini diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,096, t-statistik sebesar 0,390, dan p-value sebesar 0,696. Dengan demikian, H7: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Perkembangan Usaha (Z) melalui Partisipasi Anggota (Y) sebagai variabel mediasi pada koperasi konsumen di Kota Bandung ditolak.
- 6) Uji Goodness of Fit (GoF)
- Uji Goodness of Fit (GoF) dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model struktural dan model pengukuran dalam analisis PLS -SEM memiliki kesesuaian (fit) secara keseluruhan antara data empiris dengan model teoritis melalui nilai SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) dengan kriteria  $\leq 0.08$ , namun hingga 0.10 masih dapat diterima pada model yang kompleks dan NFI (Normed Fit Index) dengan kriteria  $\geq 0.90$  (model sangat fit),  $\geq 0.80$  (model cukup fit), dan  $< 0.80$  (model kurang fit). Berdasarkan hasil uji (GoF), diperoleh nilai SRMR = 0.107 yang menunjukkan bahwa model belum sepenuhnya fit karena sedikit melewati ambang batas, namun dengan model yang kompleks nilai tersebut sudah hampir mendekati fit dan NFI = 0.825 yang berarti model cukup fit (Hair et al., 2017). Dengan demikian, berdasarkan nilai SRMR dan NFI kesesuaian model sudah dapat diterima.

## PEMBAHASAN

- 1) Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Pengurus Terhadap Partisipasi Anggota Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung Berdasarkan hasil analisis inferensial, jiwa kewirausahaan pengurus berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap partisipasi anggota koperasi

konsumen di Kota Bandung. Temuan ini konsisten dengan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan pengurus masih berada pada area yang perlu ditingkatkan. Sementara itu, tingkat partisipasi anggota juga belum optimal, khususnya pada bentuk partisipasi strategis dan inisiatif. Kondisi belum optimalnya, jiwa kewirausahaan pengurus tersebut dapat berimplikasi pada kurangnya penciptaan nilai tambah yang dapat dirasakan langsung oleh anggota, sehingga mempengaruhi rendahnya partisipasi anggota, terutama dalam aspek strategis dan inisiatif.

- Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Pengurus Terhadap Perkembangan Usaha Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**
- 2) Berdasarkan hasil analisis inferensial, jiwa kewirausahaan pengurus memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa karakter kewirausahaan pengurus belum mampu memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usaha koperasi, bahkan berpotensi menjadi hambatan apabila tidak dikelola dengan tepat. Menurut Ropke (dalam Hendar & Kusnadi, 2018) koperasi akan berkembang apabila memiliki wirausaha-wirausaha koperasi yang mempunyai kebebasan dan motif yang mendorongnya untuk mengambil keputusan kewirausahaan, yang berarti menciptakan inovasi. Namun, karakter koperasi konsumen di Kota Bandung, yang sebagian besar terbentuk dari perusahaan dengan anggota bersifat eksklusif, seringkali menjadi kendala bagi pengurus dalam menciptakan inovasi, merekrut anggota baru, dan memperluas pasar. Keterbatasan ini dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang kurang tepat, sehingga program yang dijalankan tidak memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi.
  - 3) **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**  
Berdasarkan hasil analisis inferensial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan jiwa kewirausahaan pengurus dalam mendorong partisipasi anggota koperasi konsumen di Kota Bandung. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Sholekhah et al., 2024) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap variabel partisipasi anggota koperasi. faktor kualitas pelayanan koperasi konsumen kota Bandung menjadi faktor utama dalam mendorong partisipasi anggota karena koperasi konsumen pada dasarnya memiliki fokus utama dalam penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh anggota koperasi. oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi sangat berpengaruh terhadap partisipasi anggotanya. Namun demikian, berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden anggota terhadap kualitas pelayanan koperasi sebesar 29% berada pada kategori “Sangat Setuju (SS)” sedangkan indikator yang berada pada kategori “Setuju (S)” memiliki persentase sebesar 71%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan koperasi masih belum optimal.
  - 4) **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Perkembangan Usaha Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**  
Berdasarkan hasil analisis inferensial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi langsung perkembangan usaha koperasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih belum optimal, juga dapat menjadi faktor yang menyebabkan kualitas pelayanan koperasi konsumen di Kota Bandung belum cukup mampu memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasinya.
  - 5) **Pengaruh Partisipasi Anggota Terhadap Perkembangan Usaha Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**  
Berdasarkan hasil analisis inferensial, partisipasi anggota memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Riyanto et al., 2024) menyatakan bahwa partisipasi anggota tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi. Menurut teori partisipasi anggota koperasi (Ropke, 2003), menjelaskan bahwa perkembangan usaha koperasi tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan aktif anggota baik secara ekonomis (penggunaan produk/jasa)

maupun secara organisasional (memberikan pendapat, terlibat dalam pengambilan keputusan dalam rapat). Dari hasil analisis deskriptif, partisipasi anggota koperasi konsumen di Kota Bandung cenderung masih dominan pada aktivitas konsumtif, sementara partisipasi yang bersifat strategis dan inisiatif relatif belum optimal. Kondisi ini dapat menyebabkan hubungan positif pengaruh antara partisipasi anggota dan perkembangan usaha koperasi namun belum cukup signifikan.

- 6) **Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Perkembangan Usaha Melalui Partisipasi Anggota Sebagai Variabel Mediasi Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**  
Berdasarkan hasil analisis inferensial, jiwa kewirausahaan pengurus memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa peran jiwa kewirausahaan pengurus dalam meningkatkan perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi masih lemah. Temuan ini dapat disimpulkan bahwa masih adanya variabel mediasi lainnya yang lebih dominan. Menurut Trust Theory (Mayer et al., 1995) terdapat tiga (3) faktor kunci yang membentuk kepercayaan yaitu kemampuan (ability), kebaikan hati (benevolence), dan integritas (integrity). Ketiga faktor tersebut merupakan manifestasi dari perilaku yang dapat mencerminkan jiwa kewirausahaan pengurus koperasi. Oleh karena itu, jiwa kewirausahaan pengurus belum serta merta mendorong anggota untuk bertindak partisipatif, melainkan perlu diwujudkan terlebih dahulu dalam perilaku yang membangun kepercayaan anggota. Kepercayaan inilah yang kemudian memotivasi anggota untuk terlibat aktif dalam kegiatan koperasi. Hubungan antara kepercayaan dan partisipasi anggota juga didukung oleh Commitment Trust-Theory of Relationship Marketing (Morgan & Hunt, 1994), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen merupakan faktor kunci dalam mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dalam organisasi koperasi, kepercayaan menjadi modal sosial yang penting untuk membuat anggota merasa aman dan terdorong untuk berpartisipasi. Berdasarkan teori tersebut, kepercayaan dapat berperan sebagai mediator utama sebelum partisipasi dalam memediasi pengaruh jiwa kewirausahaan pengurus terhadap perkembangan usaha koperasi.
- 7) **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Perkembangan Usaha Melalui Partisipasi Anggota Sebagai Variabel Mediasi Pada Koperasi Konsumen di Kota Bandung**  
Berdasarkan hasil analisis inferensial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha koperasi melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi masih lemah. Temuan ini dapat disimpulkan bahwa masih adanya variabel mediasi lainnya yang lebih dominan. Dimensi kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability) dan daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty) (Parasuraman et al., 1988) berperan penting dalam membentuk persepsi positif anggota. Namun, kualitas pelayanan yang tinggi tidak secara otomatis mendorong anggota untuk berpartisipasi aktif, pembentukan kepuasan terlebih dahulu sering kali menjadi prasyarat. Menurut Expectation Disconfirmation Theory (Oliver, 1980), kepuasan terbentuk ketika kualitas pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan. Selanjutnya, konsumen yang puas akan menjadi konsumen yang loyal, yang akan melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk dan layanan perusahaan sehingga akan meningkatkan penjualan perusahaan (Supriyadi, 2021). Keterkaitan antara kepuasan dan partisipasi anggota sejalan dengan Social Exchange Theory (Blau, 1964), yang menekankan bahwa hubungan sosial dibangun atas dasar prinsip timbal balik (reciprocity). Dalam organisasi koperasi, anggota yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan manfaat koperasi cenderung memberikan kontribusi baik melalui partisipasi aktif, yang pada akhirnya dapat mendorong perkembangan usaha koperasi.
- 8) **Upaya Manajerial Yang Perlu Dilakukan Agar Dapat Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, dan Partisipasi Anggota Dalam Rangka Perkembangan Usaha Koperasi Konsumen di Kota Bandung.**

Adapun upaya manajerial yang perlu dilakukan agar dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan partisipasi anggota dalam rangka perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung yaitu sebagai berikut:

- (1) Untuk meningkatkan pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap partisipasi anggota, diperlukan upaya manajerial yang mencakup pemberian ruang yang lebih luas bagi pengurus dalam pengambilan keputusan strategis (kebebasan bertindak), meningkatkan kapasitas kewirausahaan melalui program capacity building (kemampuan), dan memperkuat motivasi berprestasi pengurus melalui pemberian insentif (motivasi). Menurut Ropke (dalam Hendar & Kusnadi, 2018) keberhasilan wirakop dalam menciptakan nilai tambah yang mampu mendorong partisipasi anggota dipengaruhi oleh kebebasan bertindak, kemampuan, dan motivasi.
- (2) Untuk meningkatkan pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap perkembangan usaha koperasi, diperlukan upaya manajerial yaitu penyelarasan strategi kewirausahaan dengan model bisnis koperasi melalui pendekatan kewirausahaan katalis. Pendekatan ini melibatkan pihak eksternal yang memiliki kompetensi tinggi terhadap perkembangan usaha koperasi, namun tidak memiliki hubungan langsung dengan organisasi, sehingga dapat bertindak secara bebas. Katalis umumnya memiliki orientasi altruistik, mengutamakan kepentingan orang lain, serta memiliki kemampuan dan motivasi yang tinggi meskipun imbalan material yang diperoleh relatif terbatas. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu koperasi menemukan peluang baru dan mengimplementasikan inovasi yang relevan dengan kapasitas organisasi, sehingga mendorong perkembangan usaha secara berkelanjutan.
- (3) Untuk meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi anggota, diperlukan upaya manajerial di antaranya yaitu memenuhi kebutuhan yang secara subyektif dirasakan oleh anggota, menyediakan barang yang tidak ada di lembaga nonkoperasi, menyediakan barang dengan harga dan kualitas lebih baik dari lembaga nonkoperasi. Upaya manajerial ini juga didukung oleh perspektif Hanel (1989) yang menyatakan bahwa peningkatan pelayanan yang efisien melalui penyediaan barang dan jasa perusahaan koperasi akan menjadi perangsang penting bagi anggota untuk turut memberikan kontribusinya dalam arti partisipasi.
- (4) Untuk meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha koperasi, diperlukan upaya manajerial yang dapat dilakukan di antaranya yaitu menyediakan diversifikasi produk untuk meningkatkan diferensiasi usaha, standarisasi dan digitalisasi layanan untuk memperluas jangkauan penjualan, peningkatan kompetensi frontliner untuk meningkatkan upselling cross selling produk, pelayanan inklusif untuk memperluas pasar dan menarik calon anggota baru serta menyediakan program loyalitas dan insentif transaksi untuk meningkatkan frekuensi belanja.
- (5) Untuk meningkatkan pengaruh partisipasi anggota terhadap perkembangan usaha koperasi, diperlukan upaya manajerial yang dapat dilakukan yaitu menetapkan program member engagement yang memberi insentif bagi anggota yang aktif berkontribusi diluar transaksi rutin, mengintegrasikan partisipasi anggota ke dalam perencanaan usaha koperasi, serta membuka ruang ide bisnis baru melalui forum kompetisi inovasi koperasi.
- (6) Untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pengurus terhadap perkembangan usaha koperasi melalui partisipasi anggota, diperlukan upaya manajerial yang dapat dilakukan yaitu membangun kepercayaan dari jiwa kewirausahaan melalui program quick wins yang dapat segera dirasakan manfaatnya oleh anggota, memotivasi partisipasi melalui pendekatan secara personal dan program penghargaan anggota aktif serta mengukur dampak secara berkala melalui survey kepercayaan. Upaya-upaya ini diharapkan akan dapat memperkuat jiwa kewirausahaan pengurus dalam mendukung perkembangan usaha koperasi melalui peningkatan kepercayaan dan partisipasi anggota.
- (7) Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha koperasi melalui partisipasi anggota, diperlukan upaya manajerial yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan berkelanjutan, optimalisasi ketersediaan dan kualitas produk/jasa, penerapan sistem umpan balik responsif untuk menampung dan menindaklanjuti saran dan keluhan, penguatan hubungan personal dengan anggota melalui

program engagement, forum diskusi, dan penghargaan bagi anggota aktif, serta membuat inovasi berbasis teknologi untuk mempermudah transaksi. Langkah-langkah ini diharapkan mampu memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap perkembangan usaha koperasi melalui peningkatan kepuasan dan partisipasi anggota.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan simpulan sebagai berikut:

- 1) Jiwa kewirausahaan pengurus berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap partisipasi anggota pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa peran jiwa kewirausahaan pengurus dalam meningkatkan partisipasi anggota koperasi konsumen di Kota Bandung masih lemah;
- 2) Jiwa kewirausahaan pengurus memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal menunjukkan bahwa peran jiwa kewirausahaan pengurus belum mampu memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usaha koperasi, bahkan berpotensi menjadi hambatan apabila tidak dikelola dengan tepat;
- 3) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi anggota pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan partisipasi anggota koperasi konsumen di Kota Bandung sangat kuat;
- 4) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung masih lemah;
- 5) Partisipasi anggota memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa peran partisipasi anggota dalam meningkatkan perkembangan usaha koperasi konsumen di Kota Bandung masih lemah;
- 6) Jiwa kewirausahaan pengurus memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha melalui partisipasi anggota sebagai variabel mediasi pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini dapat menunjukkan bahwa peran jiwa kewirausahaan pengurus dalam meningkatkan perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung melalui partisipasi anggota masih lemah;
- 7) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perkembangan usaha melalui partisipasi anggota pada koperasi konsumen di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan perkembangan usaha pada koperasi konsumen di Kota Bandung melalui partisipasi anggota masih lemah.

### **Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah diambil dari hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi koperasi (Saran Praktis)
  - a. Dalam rangka meningkatkan partisipasi anggota melalui peran jiwa kewirausahaan pengurus, koperasi perlu memberikan ruang yang lebih luas bagi pengurus dalam pengambilan keputusan strategis (kebebasan bertindak), meningkatkan kapasitas kewirausahaan melalui program capacity building (kemampuan), dan memperkuat motivasi berprestasi pengurus melalui pemberian insentif (motivasi). Melalui kualitas pelayanan, koperasi juga perlu memenuhi kebutuhan yang secara subyektif dirasakan oleh anggota, menyediakan barang yang tidak ada di lembaga nonkoperasi, menyediakan barang dengan harga dan kualitas lebih baik dari lembaga nonkoperasi.

- b. Dalam rangka meningkatkan perkembangan usaha koperasi melalui peran jiwa kewirausahaan pengurus, koperasi perlu melakukan penyelarasan strategi kewirausahaan dengan model bisnis koperasi melalui pendekatan kewirausahaan katalis. Selain itu, dengan membangun kepercayaan dari jiwa kewirausahaan melalui program quick wins yang dapat segera dirasakan manfaatnya oleh anggota, memotivasi partisipasi melalui pendekatan secara personal dan program penghargaan anggota aktif serta mengukur dampak secara berkala melalui survey kepercayaan. Adapun melalui kualitas pelayanan, koperasi perlu menyediakan diversifikasi produk untuk meningkatkan diferensiasi usaha, standarisasi dan digitalisasi layanan untuk memperluas jangkauan penjualan, peningkatan kompetensi frontliner untuk meningkatkan upselling cross selling produk, pelayanan inklusif untuk memperluas pasar dan menarik calon anggota baru serta menyediakan program loyalitas dan insentif transaksi untuk meningkatkan frekuensi belanja. Selain itu, koperasi dapat membangun kepuasan anggota dari kualitas pelayanan dengan meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan berkelanjutan, optimalisasi ketersediaan dan kualitas produk/jasa, penerapan sistem umpan balik responsif untuk menampung dan menindaklanjuti saran dan keluhan, penguatan hubungan personal dengan anggota melalui program engagement, forum diskusi, dan penghargaan bagi anggota aktif, serta membuat inovasi berbasis teknologi untuk mempermudah transaksi. Sedangkan melalui partisipasi anggota, menetapkan program member engagement yang memberi insentif bagi anggota yang aktif berkontribusi diluar transaksi rutin, mengintegrasikan partisipasi anggota ke dalam perencanaan usaha koperasi, serta membuka ruang ide bisnis baru melalui forum kompetisi inovasi koperasi.
  - c. Adapun upaya manajerial lain yang berpotensi dapat meningkatkan perkembangan usaha koperasi dapat diarahkan pada tata kelola koperasi. Berdasarkan hasil analisis deskripsi responden, menunjukkan bahwa adanya kesenjangan peran antara pengurus dan anggota sehingga perlu dilakukan restrukturisasi kepengurusan koperasi secara proporsional berdasarkan jenis kelamin mengingat organisasi yang dikelola perempuan akan berpotensi lebih berkembang berdasarkan Transformational Leadership Theory (Bass & Avolio, 1994) dan hasil penelitian (Eagly et al., 2003). Selain itu, upaya lainnya dapat melakukan yaitu melalui regenerasi kepengurusan koperasi untuk keberlanjutan koperasi mengingat hasil deskripsi responden berdasarkan lamanya bekerja didominasi pada kategori > 10 th yang berpotensi pada stagnasi usaha (Adizes, 1979).
- 2) Bagi peneliti selanjutnya (Saran Teoritis) Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian baru yang lebih sempurna dengan mengembangkan model, variabel, kajian pustaka serta cakupan subyek (koperasi produsen, simpan pinjam, dan jasa) dan juga objek penelitian.

## BIBLIOGRAFI

- Abrar, & Hanifah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengurus terhadap Keberhasilan Koperasi Sehati Makmur Abadi Kabupaten Banyuasin. 5(2), 1–18.
- Adizes, I. (1979). Organizational passages—Diagnosing and treating lifecycle problems of organizations. *Organizational Dynamics*, 8(1), 3–25.
- Almaududi, S., Sembiring, B., & Hutabarat, Z. S. (2024). Analisis Kinerja Pengurus Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1861–1864.
- Anita. (2020). Pengaruh Jiwa Entrepreneurship Dan Pembinaan Anggota Terhadap Kinerja Koperasi Unit Desa ( Kud ) Marga Jaya Desa Petaling Kecamatan Sungai Gelam.
- Asidah, E. (2023). Analisis Jiwa Kewirausahaan Pemimpin, Gaya Partisipasi Para Anggota, Dan Model Manajemen Koperasi Dalam Meningkatkan Kinerja Koperasi. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 229–232. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i2.356>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2025). Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung

- Menurut Lapangan Usaha 2020–2024. <https://bandungkota.bps.go.id/.../produk-domestik-regional-bruto-kota-bandung-menurut-lapangan-usaha-2020-2024.html>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Sage Publications.
- Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Wiley.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Dwiyanto, A. (2006). *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*. Gadjah Mada University Press. [https://books.google.co.id/books/about/Reformasi\\_Birokrasi\\_Publik\\_di\\_Indonesia.html?id=vTMXEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Reformasi_Birokrasi_Publik_di_Indonesia.html?id=vTMXEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. L. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129(4), 569–591. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.4.569>
- Erikson, E. H. (1950). *Childhood and society*. W. W. Norton & Company.
- Fahmi, I. (2025). Membangun Daya Saing dan Talenta Koperasi dengan Mengoptimalkan Potensi Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Koperasi Berkelanjutan Indra Fahmi Universitas Koperasi Indonesia. 1(1), 141–148.
- Ghozali, I. (2015). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) (4th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square (PLS): Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G., M, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G., Tomas, M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Hanel, A. (1989). *Organisasi Koperasi: Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijaksanaan Pembangunan di Negara Berkembang*. Universitas Padjadjaran (UNPAD).
- Harini, S., & Septiansyah, A. (2019). Pengaruh Motivasi Anggota, Manajemen Keanggotaan, Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Usaha Koperasi Wanita Di Kabupaten Subang. *Jurnal Visionida*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i1.1803>
- Hendar, & Kusnadi. (1999). *Ekonomi Koperasi Untuk Perguruan Tinggi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hendar, & Kusnadi. (2018). *Ekonomi Koperasi (P. Rahardja (ed.))*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hery. (2018). *Manajemen strategik (Adipramono (ed.))*. PT. Grasindo.
- International Cooperative Alliance (ICA). (1995). *Cooperative identity, values & principles*. International Cooperative Alliance. <https://ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Kinerja 2023: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. [www.kemenkopukm.go.id](http://www.kemenkopukm.go.id)
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research* (4th ed.). Harcourt College Publishers.
- Lawitta, R., Johan, R. S., & Hendripides. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Partisipasi Anggota pada Koperasi Bina Sejahtera Kelurahan Tangkerang Selatan Pekanbaru. 1–13.
- Mayer, Roger C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Mutis, T. (1992). *Pengembangan Koperasi: Kumpulan Karangan*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research* (as artikel awalnya, atau kalau merujuk buku: *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*). <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pulungan, A. I. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Pengembangan Kewirausahaan dan Good Corporate (GCG) Terhadap Kinerja Koperasi Di Kabupaten Simalungun.
- Rahmi, D., Yulihardi, & Amaluis, D. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepemimpinan Pengurus terhadap Partisipasi Anggota pada Koperasi Sawit Bersama (KSB) Air Haji Kecamatan Sungai Aur kabupaten Pasaman Barat. 1–10.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2005). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Pustaka Pelajar.
- Republik Indonesia. (1992). Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. In *Peraturan Bpk* (Issue 25, pp. 1–57). <https://www.peraturan.bpk.go.id>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. SmartPLS GmbH. <https://www.smartpls.com>
- Riyanto, C., Suseno, G. P., & Ikhsan, S. (2024). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Pengurus dan Partisipasi Anggota Terhadap Perkembangan Usaha Koperasi Dengan Peran Pemerintah Sebagai Variabel Moderating. 37–56.
- Ropke, J. (2003). *Ekonomi Koperasi: Teori dan Manajemen*. Salemba Empat.
- Sastropetro, S. (1998). *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. CV. Eresco.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Sholekhah, I., Rachmawati, S., Trisnanda, A., Choir, N. U., & Ahmad, S. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Usaha Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Jasa Simpan Pinjam: Studi Kasus pada Koperasi Wanita Sekar kartini Jember. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 12(1), 73–83. <https://doi.org/10.24127/jp.v12i1.10335>
- Sitio, A., & Tamba, H. (2001). *Koperasi: Teori dan Praktik* (W. C. Kristiaji (ed.)). Erlangga.
- Solihin, S. azhar. (2025). Koperasi Konsumen , Suatu Obsesi Shofwan Azhar Solihin Universitas Koperasi Indonesia Bisnis Ritel dan Sejarah Koperasi Konsumen. 1(1), 15–24.

- Sriyadi, P. (2024). Manajemen koperasi: strategi untuk keberlanjutan dan pertumbuhan. Ruang Karya.
- Sugiharsono. (2010). Partisipasi anggota koperasi dan implikasinya terhadap keberhasilan koperasi. 15(2), 93–102. <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/5667>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Supriyadi, D. (2021). Kepuasan Konsumen Sebagai Kunci Sukses Usaha. 37–46.
- Suryaningsi, & Arif, F. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Komitmen Organisasi dan Permodalan Terhadap Pertumbuhan Koperasi. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 8(2), 349–366.
- Sutikno, Z. F., & Hakim, L. (2016). Pengaruh budaya masyarakat lokal terhadap partisipasi koperasi di Pasuruan. Jurnal Agromix, 7(1), 35–45. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/AGROMIX/article/view/702>
- Tjiptono, F. (1996). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2002). Manajemen Jasa (1st ed.). Andi. <https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=6583>
- Triwani, S., Zulfadli, & Syapsan. (2020). Pengaruh pengetahuan perkoperasian, kemampuan manajerial, dan kompetensi kewirausahaan terhadap partisipasi anggota serta dampaknya terhadap kinerja koperasi Koperasi Karyawan di Kota Pekanbaru. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, XI(4), 754–774. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/viewFile/7859/6790>
- Wold, H. (1982). Soft modeling: The basic design and some extensions (J. B. Kmenta, Jan; Ramsey (ed.)). Springer.
- Zimmerer, Thomas W Scarborough, N. M. (2008). Essentials of entrepreneurship and small business management. Pearson Prentice Hall.

