

**MEMPERKUAT SOLIDARITAS SOSIAL MELALUI PERAN KOMUNIKASI  
PERSUASIF DAN KUALITAS PELAYANAN: *PSYCHOLOGICAL WELL BEING*  
SEBAGAI MODERASI**

**Epsilandri Septyarini<sup>1</sup>, Lusia Tria Hatmanti Hutami<sup>2</sup>**

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta<sup>1,2</sup>

E-mail: [epsilandriseptyarini@ustjogja.ac.id](mailto:epsilandriseptyarini@ustjogja.ac.id)<sup>1</sup>, [trialusia@ustjogja.ac.id](mailto:trialusia@ustjogja.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan tentang aspek solidaritas sosial antar sesama anggota dalam Credit Union yang diperkuat dengan pengaruh komunikasi persuasif, kualitas pelayanan dari para pengurusnya serta variabel *Psychological well-being* yang akan memoderasi kedua variabel tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi persuasif, kualitas pelayanan terhadap solidaritas sosial anggota di Credit Union Mitra Parahita, dengan variabel *Psychological well-being* sebagai moderasi. Metode penelitian menggunakan analisis *Structured Equation Modelling* (SEM). Sebelum analisis SEM dilakukan, diuji terlebih dahulu validitas, reliabilitas dan model fit. Penelitian ini menggunakan metode *accidental Sampling* pada anggota Credit Union Mitra Parahita Gunung Kidul. Hasil dari penelitian ini terdapat penemuan Komunikasi Persuasif tidak berpengaruh signifikan terhadap Solidaritas Sosial. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Solidaritas Sosial. *Psychological Well-being* tidak memoderasi pengaruh komunikasi persuasif terhadap solidaritas sosial. *Psychological Well-being* tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap solidaritas sosial. *Psychological well-being* berpengaruh signifikan terhadap solidaritas sosial.

Kata kunci: Solidaritas Sosial, Komunikasi Persuasif, Kualitas Pelayanan, *Psychological well being*

**ABSTRACT**

This study seeks to explain the aspects of social solidarity among members of a credit union which is strengthened by the influence of persuasive communication, service quality from its administrators as well as psychological well being variables that will moderate these two variables. The purpose of this study was to analyze the effect of persuasive communication, service quality on social solidarity of members in Credit Union Mitra Parahita, with the psychological well being variable as moderation. The research method used analysis of *Structured Equation Modeling* (SEM). Before the SEM analysis is carried out, the validity, reliability and fit models are first tested. This study used the *accidental sampling* method for members of the Mitra Parahita Gunung Kidul Credit Union. The results of this study indicate that Persuasive Communication does not have a significant effect on Social Solidarity. Service quality has a significant effect on Social Solidarity. *Psychological Well-being* does not moderate the effect of persuasive communication on social solidarity. *Psychological Well-being* does not

moderate the effect of service quality on social solidarity. Psychological well-being has a significant effect on social solidarity.

Keywords: Social Solidarity, Persuasive Communication, Service Quality, Psychological well being

## **I. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Manusia pada dasarnya senantiasa berinteraksi dengan manusia yang lain, sehingga dengan sendirinya manusia telah terlibat dalam kelompok. Proses sosialisasi berlangsung, dan manusia dapat belajar banyak hal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya melalui kelompok ini. Dalam berbagai kelompok sosial dimana manusia menjadi anggota-anggotanya, setiap anggota berinteraksi antara satu dengan yang lain baik melalui kontak langsung maupun secara tidak langsung. Proses interaksi ini sangat penting untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kelompok harus muncul kesadaran kolektif sebagai anggota kelompok sehingga antar sesama anggota kelompok, tumbuh perasaan-perasaan atas dasar kesamaan sehingga dapat tercipta rasa solidaritas sosial dan bisa mencapai tujuan bersama dalam sebuah organisasi (Nuryanto, 2014).

Aspek Solidaritas juga merupakan salah satu pilar yang dihidupi oleh Credit Union. Credit Union diambil dari kata *Credere* yang berarti percaya dan *union* yang memiliki arti kumpulan, jadi Credit Union merupakan kumpulan orang yang saling percaya, sehingga kesetiakawanan sosial antar Anggota sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup Credit Union itu sendiri. Pilar solidaritas, diartikan dengan “Di dalam CU, Anda sulit saya bantu, saya sulit Anda bantu”. Hal utama yang diutamakan dalam Credit

Union adalah bagaimana setiap Anggota Credit Union memperhatikan kepentingan bersama dari pada kepentingan diri sendiri.

Solidaritas ini tentunya tidak serta merta muncul dengan sendirinya dalam dinamika proses keanggotaan di sebuah Credit Union. Peran serta yang dilakukan oleh pengurus Credit Union dalam pendampingan usaha para anggotanya diharapkan memberi nilai dan semangat lebih kepada para anggotanya. Dalam proses pendampingan ini dibutuhkan komunikasi persuasif dan kualitas pelayanan yang baik kepada seluruh anggota. Pada upaya untuk menumbuhkan kesadaran seseorang, Ritonga dalam (Pradipto, Sukarelawati, & Kusumadinata, 2017) mengatakan bahwa komunikasi persuasif merupakan usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi ini bukan untuk mengurangi atau menambahkan fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti kata lain yaitu mencoba merubah mindset. Secara sederhana, melalui pendekatan ini dilakukan proses komunikasi untuk menyadarkan setiap anggota yang kurang memiliki kesadaran dalam menumbuhkan rasa solidaritas. Pendampingan yang baik tidak hanya berdasar pada produk yang tepat sasaran, namun juga harus memiliki *skill* komunikasi secara persuasif yang baik dan pelayanan berkualitas.

Dengan adanya kedua hal tersebut, maka diharapkan akan terwujud suasana psikologis yang baik dalam benak anggota. Melalui komunikasi persuasif dan kualitas pelayanan yang baik, diharapkan membuat orang menjadi lebih percaya diri untuk menuju sejahtera. Orang - orang yang memiliki kondisi psikologis yang baik, cenderung mengalami emosi positif dan tidak rentan mengalami emosi negative (Pradipto et al., 2017) Mediator psikologis sangat penting, karena dapat mendasari hubungan antara emosi positif, kesehatan, dan fungsi imun yang baik demi kelangsungan hidup. Menurut (Huppert, 2009) *Psychological well being* diartikan sebagai hidup yang berjalan dengan baik. Hal ini adalah kombinasi dari merasakan hal yang baik, dan berfungsi secara efektif. Menurut (Huppert, 2009). Penelitian ini menekankan pada seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap peningkatan kesadaran solidaritas sosial para anggota, dengan *Psychological well being* yang akan memoderasi satu sama lain.

### **Kajian Teori**

#### **Komunikasi Persuasif**

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh (Bell & Menguc, 2002). Menurut (Olzon dan Zanna dalam Werner & James, 2009: 177) dalam (Isna Ayu, 2020) persuasi didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Dalam komunikasi persuasif penyampaian pesan yang dilakukan

dengan cara membujuk, merayu dan mengiming-imingi, sehingga timbul kesadaran bagi komunikan tanpa adanya unsur paksaan dan menimbulkan rasa senang, rela dan sadar.

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan telah berfokus pada perilaku berorientasi pada pelanggan. Prinsip filosofi pemasaran dan nilai tenaga penjualan yang berorientasi pelanggan tidak dalam sengketa. Menurut (Gorla, Somers, & Wong, 2010) Kualitas layanan konstruk telah didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan normatif pelanggan untuk layanan dan persepsi mereka tentang kinerja layanan. konstruk kualitas layanan diukur oleh empat indikator: keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

#### ***Psychology Well-Being***

Menurut (Fitriani, 2016) sebelum memahami tentang kesejahteraan psikologis, perlu diketahui tentang pengertian kata “Sejahtera” dan “Kesejahteraan” itu sendiri. Kata “Sejahtera” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti aman, sentosa, makmur; selamat (terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya). Sementara kata “Kesejahteraan” berarti hal atau keadaan sejahtera, keamanan, keselamatan, ketentraman, kesenangan hidup, kemakmuran, dan sebagainya. Pengertian “Sejahtera” menurut Kementerian Koordinator Kesejahteraan Rakyat yaitu suatu kondisi masyarakat yang telah terpenuhi kebutuhan dasarnya. Kebutuhan dasar tersebut berupa kecukupan dan mutu pangan, sandang, papan, kesehatan, pendidikan, lapangan pekerjaan, dan kebutuhan dasar lainnya seperti lingkungan yang bersih, aman dan

nyaman. Juga terpenuhinya hak asasi dan partisipasi serta terwujudnya masyarakat beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Kesejahteraan juga bisa dibedakan menjadi lahiriyah/fisik dan batiniah. Namun, mengukur kesejahteraan, terutama kesejahteraan batin/spiritual, bukanlah yang mudah. Kesejahteraan yang bersifat lahir yang biasa dikenal dengan kesejahteraan ekonomi lebih mudah diukur daripada kesejahteraan batin. Ukuran kesejahteraan lebih kompleks dari kemiskinan. Kesejahteraan harus dapat memenuhi kebutuhan fisik, psikologis, sosial, dan kerohanian. Orang yang mencapai kesejahteraan psikologis pada masa usia lanjut dapat diukur dengan kepuasan hidup.

Konsep PWB adalah konsep yang secara kontemporer banyak dikembangkan dari konsep utamanya yakni "Well Being". Secara umum, PWB digunakan sebagai hasil dalam studi penelitian secara empiris. Kahneman menyebut Well Being (WB) sebagai pengalaman yang membuat hidup bahagia. (Polansky, Kurtz, Alvarado, Weinreb, & Mitchell, 1989) menggali WB dalam konteks aplikasi kehidupan dan memberikan batasan istilah, tidak hanya pencapaian kebahagiaan tetapi juga sebagai tujuan yang mengarah kepada kesempurnaan. (Polansky et al., 1989) mengidentifikasi dua pendekatan pokok untuk memahami Well Being: Pertama, difokuskan pada kebahagiaan, dengan memberi batasan dengan "batas-batas pencapaian kebahagiaan dan mencegah dari kesakitan". Fokus yang kedua adalah batasan menjadi orang yang fungsional secara keseluruhan/ utuh, termasuk cara

berfikir yang baik dan fisik yang sehat. Kebahagiaan bagaimanapun juga bukanlah satu-satunya indikator dari positive psychological functioning sebagaimana yang ada pada penelitian-penelitian terdahulu. Banyak literatur yang bisa digunakan untuk mendefinisikan well-being sebagai kepuasan hidup. Mengenai pengertian PWB, didefinisikan secara berbeda oleh beberapa ahli.

Adapun pengertian kesejahteraan psikologis yang banyak diketahui selama ini ada dua definisi. Kebahagiaan berdasarkan pendapat (Wright & Cropanzano, 2000) berarti adanya keseimbangan afek positif dan negatif. Pendapat kedua berkaitan dengan pengukuran kesejahteraan sosial pada masa usia lanjut. Menurut (Polansky et al., 1989) pada tingkat yang lebih luas, ada ketertarikan yang meningkat pada studi tentang PWB yang muncul sejak pengenalannya dalam dunia keilmuan psikologi. Sejak awal kemunculannya, psikologi dikenal lebih memusatkan perhatiannya pada individu yang tidak bahagia dan dianggap "sakit" daripada meneliti tentang penyebab dan konsekuensinya terhadap fungsi-fungsi positif yang dimiliki individu. (Polansky et al., 1989) mendefinisikan PWB sebagai hasil evaluasi atau penilaian seseorang terhadap dirinya yang merupakan evaluasi atas pengalaman-pengalaman hidupnya. Evaluasi terhadap pengalaman akan dapat menyebabkan seseorang menjadi pasrah terhadap keadaan yang membuat kesejahteraan psikologisnya menjadi rendah atau berusaha untuk memperbaiki keadaan hidupnya agar kesejahteraan psikologisnya meningkat.

### **Solidaritas Sosial**

Menurut (Pradipto et al., 2017) Solidaritas sosial dianggap sebagai bentuk moralitas sosial tertinggi sejak itu ia menyediakan elemen kohesif yang memungkinkan masyarakat. Berdasarkan Analisis klasik Durkheim, solidaritas sosial adalah: Menurut (Zambeta, 2014) Solidaritas sosial, bagaimanapun, adalah konsep yang licin. Penyebabnya, konteks dan konsekuensi membangun bidang kontestasi. Ikatan tradisional dan hubungan yang langgeng dikembangkan dalam *gemeinschaft*, dianggap sebagai konteks keluarga, the komunitas atau 'bangsa', dapat terancam pada saat tidak aman dan tidak nyaman atau dalam kondisi skeptisisme dan kosmopolitanisme pasca-emosional. Selain itu, tidak dapat diasumsikan bahwa solidaritas berasal dari jenis apa pun penyebab 'alami'.

### **Komunikasi persuasif berpengaruh positif terhadap solidaritas sosial**

Dalam komunikasi persuasif penyampaian pesan yang dilakukan dengan cara membujuk, merayu dan mengiming-imingi, sehingga timbul kesadaran bagi komunikan tanpa adanya unsur paksaan dan menimbulkan rasa senang, rela dan sadar. Sedangkan dalam komunikasi yang dilakukan secara koersif yaitu dengan cara merubah opini, sikap dan perilaku dengan cara mengandung unsur paksaan atau ancaman, sehingga komunikan merasa tidak senang dengan hal tersebut dan menimbulkan efek benci dan dendam.

Solidaritas sosial dianggap sebagai bentuk moralitas sosial tertinggi sejak itu ia menyediakan elemen kohesif yang memungkinkan masyarakat. Sehingga solidaritas sosial akan tumbuh secara

langsung atau alami apabila komunikasi persuasif yang di lakukan dapat membuat orang lain merasa nyaman.

**H1 : komunikasi persuasif berpengaruh positif terhadap solidaritas sosial**

### **Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap solidaritas sosial**

Kualitas layanan konstruk telah didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan normatif pelanggan untuk layanan dan persepsi mereka tentang kinerja layanan. konstruk kualitas layanan diukur oleh empat indikator: keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Ikatan tradisional dan hubungan yang langgeng dikembangkan dalam *gemeinschaft*, dianggap sebagai konteks keluarga, the komunitas atau 'bangsa', dapat terancam pada saat tidak aman dan tidak nyaman atau dalam kondisi skeptisisme dan kosmopolitanisme pasca-emosional. Selain itu, tidak dapat diasumsikan bahwa solidaritas berasal dari jenis apa pun penyebab 'alami'.

**H2: Komitmen berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja di mediasi melalui motivasi.**

### ***Psychological well being* memoderasi komunikasi persuasif dan solidaritas sosial**

Orang yang mencapai kesejahteraan psikologis pada masa usia lanjut dapat diukur dengan kepuasan hidup. Konsep PWB adalah konsep yang secara kontemporer banyak dikembangkan dari konsep utamanya yakni "Well Being". Secara umum, PWB digunakan sebagai hasil dalam studi penelitian secara empiris. Kahneman menyebut Well Being (WB) sebagai pengalaman yang Mmembuat hidup bahagia. (Polansky et

al., 1989) menggali WB dalam konteks aplikasi kehidupan dan memberikan batasan istilah, tidak hanya pencapaian kebahagiaan tetapi juga sebagai tujuan yang mengarah kepada kesempurnaan. Melalui cara emosional menyentuh pada aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional tersebut aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah. Komponen-komponen dalam melakukan komunikasi persuasif akan membentuk perubahan, baik dilakukan secara sadar ataupun tidak dan dilakukan secara verbal ataupun nonverbal. Solidaritas sosial akan timbul secara alami dengan adanya motivasi yang timbul dari diri sendiri untuk menunjukkan rasa empati terhadap orang lain apabila komunikasi persuasive dapat mempengaruhi psikologis dari individu tersebut.

**H3: *Psychological well being* memoderasi komunikasi persuasif dan solidaritas sosial.**

***Psychological well being* memoderasi kualitas pelayanan dan solidaritas sosial**

Menurut (Polansky et al., 1989) mengidentifikasi dua pendekatan pokok untuk memahami Well Being : Pertama, difokuskan pada kebahagiaan, dengan memberi batasan dengan “batas-batas pencapaian kebahagiaan dan mencegah dari kesakitan”. Fokus yang kedua adalah batasan menjadi orang yang fungsional secara keseluruhan/ utuh, termasuk cara berfikir yang baik dan fisik yang sehat.

Menurut (Gorla et al., 2010) Kualitas layanan konstruk telah didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan normatif pelanggan untuk layanan dan

persepsi mereka tentang kinerja layanan. konstruk kualitas layanan diukur oleh empat indikator: keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

*Psychological well being* akan memperkuat solidaritas sosial apabila kualitas layanan pada individu merasa baik atau nyaman. Dengan demikian loyalitas pada suatu organisasi kan terikat secara sendirinya.

**H4: *Psychological well being* memoderasi kualitas pelayanan dan solidaritas sosial**

***Psychological well being* berpengaruh positif terhadap solidaritas sosial**

*Psychological well-being* adalah konsep yang secara kontemporer banyak dikembangkan dari konsep utamanya yakni “Well Being”. Secara umum, PWB digunakan sebagai hasil dalam studi penelitian secara empiris. Kahneman menyebut Well Being (WB) sebagai pengalaman yang Membuat hidup bahagia. (Polansky et al., 1989) menggali WB dalam konteks aplikasi kehidupan dan memberikan batasan istilah, tidak hanya pencapaian kebahagiaan tetapi juga sebagai tujuan yang mengarah kepada kesempurnaan. (Polansky et al., 1989) mengidentifikasi dua pendekatan pokok untuk memahami Well Being: Pertama, difokuskan pada kebahagiaan, dengan memberi batasan dengan “batas-batas pencapaian kebahagiaan dan mencegah dari kesakitan”.

Menurut (Berry, 2011) Berbekal konsep-konsep dan temuan-temuan empiris, dimungkinkan untuk mencapai sosialsolidaritas di antara masyarakat dengan beragam budaya yang hidup dalam masyarakat majemuk kontemporer. Mungkin untuk mencapai integrasi dalam kehidupan psikologis

seseorang, berdasarkan kesamaan yang mendasari proses psikologis, dan padakompatibilitas domain kognitif dan afektif perilaku. Kebijakan multikultural yang mencerminkan keanekaragaman budaya yang masih ada dan kesediaan untuk menerima ekuitas dapat (dan telah) dicapai di beberapa masyarakat. Begitulah kemungkinan di semua masyarakat jika ada niat baik maka akan dapat meningkatkan rasa solidaritas yang tinggi dalam suatu organisasi.

**H5: *Psychological well-being* berpengaruh terhadap solidaritas sosial**

## II. METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh anggota Credit Union mitra Parahita dengan jumlah 1700 anggota. Sampel dalam penelitian ini 325 anggota, dengan teknik accidental sampling, menggunakan instrumen kuesioner dengan skala likert yang disebar pada bulan agustus-september 2020. Metode yang di gunakan menggunakan metode slovin dan analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, untuk mengetahui seberapa jauh responden memahami pernyataan yang diberikan, selanjutnya menggunakan uji analisis deskriptif deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk digeneralisasikan, Analisis inferensial atau induktif adalah teknik yang digunakan untuk melakukan analisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi, Uji indikator atau disebut juga *Outer model* atau *measurement model* adalah menguji hubungan antara

indikator terhadap variabel konstruknya. Uji hipotesis adalah cabang ilmu statistika *inferensial* yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan nilai corrected item-total correlation > dari r-table (0.116) atau valid. Data variabel dalam penelitian ini telah diuji dan memiliki nilai reliabilitas yang baik dengan taraf signifikansi 5% dan cronbach's alpha based on std. > 0,6.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas komunikasi persuasif

Variabel	R hitung	Sig.	Ket.
K.PER1	.674	0,116	Valid
K.PER2	.674	0,116	Valid
K.PER3	.638	0,116	Valid
	<b>Croanbach's alpha</b>	<b>Keterangan</b>	
	0,812	Reliabel	

#### Uji Validitas dan Reliabilitas kualitas pelayanan

Variabel	R hitung	Sig.	Ket.
K.PEL1	.817	0,116	Valid
K.PEL2	.804	0,116	Valid
K.PEL3	.654	0,116	Valid
K.PEL4	.740	0,116	Valid
K.PEL5	.820	0,116	Valid
	<b>Croanbach's alpha</b>	<b>Keterangan</b>	
	0,907	Reliabel	

#### Uji Validitas dan Reliabilitas *psychological well-being*

Variabel	R hitung	Sig.	Ket.
PW1	.787	0,116	Valid
PW2	.763	0,116	Valid
PW3	.708	0,116	Valid
PW4	.787	0,116	Valid
PW5	.577	0,116	Valid
PW6	.766	0,116	Valid
	<b>Croanbach's alpha</b>	<b>Keterangan</b>	
	0,903	Reliabel	

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Solidaritas sosial

Variabel	R hitung	Sig.	Ket.
----------	----------	------	------

SOL1	.632	0,116	Valid
SOL2	.733	0,116	Valid
SOL3	.573	0,116	Valid
SOL3	.720	0,116	Valid
SOL4	.782	0,116	Valid
	<b>Croanbach's alpha</b>	<b>Keterangan</b>	
	0.780	Reliabel	

responden adalah Perempuan (52.6%). Mayoritas responden berumur 21 tahun - 30 tahun (40,0%). Mayoritas responden berpendidikan SLTA/Sederajat (33.5%). Sebanyak (80,5%) responden menunjukkan sebagian besar memiliki status menikah sebesar (68.9%), Dan Lama menjadi nasabah sebagian besar 1-5 tahun sebanyak (72.6%).

**Karakteristik Responden**

Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar

Tabel 1. Karakteristik Responden

<b>Karakteristik</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	154	47.4
Perempuan	171	52.6
<b>Usia</b>		
Kurang dari 20 Tahun	1	3
21 Tahun – 30 Tahun	130	40.0
31 Tahun – 40 Tahun	93	28.6
41 Tahun – 50 Tahun	67	20.6
Diatas 50 Tahun	34	10.5
<b>Pendidikan</b>		
SLTP/ Sederajat	30	9.2
SLTA/ Sederajat	109	33.5
D1/D2/D3	59	18.2
S1	124	38.2
S2	3	0.9
<b>Status</b>		
Lajang	101	31.1
Menikah	224	68.9
<b>Lama Menjadi Nasabah</b>		
1-5 tahun	236	72.6
6-10 tahun	74	22.8
11-15 tahun	14	4.3
>15 tahun	1	3

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

**Pengujian Hipotesis**

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 2 menunjukkan H1, tidak di terima

dengan nilai probabilitas 0,397 H2 di terima dengan nilai probabilitas 0.005, H3 tidak di terima dengan nilai

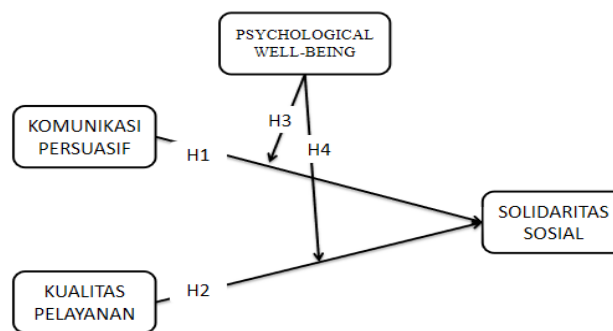
probabilitas 0,430. Hasil pengujian H4 menunjukkan tidak di terimadengan nilai probabilitas 0,438 >0,05 maka hipotesis

tidak diterima, H5 di terima dengan nilai probabilitas 0,000.

Tabel 2. Uji Hipotesis

	Var		Stand. Coeff. Original sample	T statistics (IO/STDEVI)	P Values	Keterangan
	Bebas	Terikat				
H1	Komunikasi persuasif	Solidaritas Sosial	-0.040	0.848	0,397	Tidak Terbukti
H2	Kualitas Pelayanan <i>Psychological well being</i>	Solidaritas Sosial	0.240	2.802	0.005	Terbukti
H3	memoderasi komunikasi persuasif <i>Psychological well being</i>	Solidaritas sosial	0.036	0.789	0,430	Tidak Terbukti
H4	memoderasi komunikasi persuasif	Solidaritas sosial	-0.045	0.777	0.438	Tidak terbukti
H5	<i>Psychological well being</i>	Solidaritas sosial	0.754	12.622	0.000	Terbukti

Sumber: Diolah Peneliti (2020)



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

**Pembahasan**

**Pengujian Hipotesis pertama**

komunikasi persuasif terhadap solidaritas sosial menunjukkan tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi 0.397 >0.05 maka hipotesis di tolak.

Komunikasi persuasif dinilai responden sebagai berikut: Karyawan Credit Union Mitra Parahita memiliki keahlian berkomunikasi dengan baik pada nasabah (7.74). Karyawan Credit Union Mitra Parahita menyampaikan penjelasan

mudahdi pahami oleh anggota (4.73). Karyawan Credit Union Mitra Parahita berhati-hati (menjaga perasaan) pada saat berkomunikasi dengan anggota (4.79). semua memiliki nilai rata-rata > 3 dari skala 1 sampai dengan 5. *Solidaritas sosial memiliki* ukuran sebagai berikut:

Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan keinginan saya tanpa ada paksaan dari orang lain (4.83). Saya yakin dengan adanya Credit Union Mitra Parahita dapat membantu ekonomi anggota (4.63). Karyawan Credit Union Mitra Parahita bertanggung jawab dalam pekerjaannya (4.82). Selama menjadi anggota Credit Union Mitra Parahita belum pernah memberikan complain (4.58). Saya dan Credit Union Mitra Parahita memiliki semangat berkembang Bersama (4.64). Nilai dari pertanyaan komunikasi persuasif menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah pada Komunikasi persuasif terdapat pada item pertanyaan menemukan penyampaian dalam penjelasan. Dukungan dari rekan kerja menjadi dasar karyawan untuk berkontribusi didalam organisasi, responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini memiliki usia 20-30 tahun, bentuk rasa empati dan sosial sangat dibutuhkan oleh karyawan pada usia ini.

Menurut Ritonga (2005) dalam Pradipto, Sukarelawati, & Kusumadinata (2017) komunikasi persuasif adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Adapun solidaritas sosial menurut Macneil (1986) adalah keadaan pikiran dimana seseorang yakin tidak hanya pada perdamaian masa depan di antara mereka yang terlibat dalam organisasi tetapi juga dalam kerjasama afirmatif yang harmonis di masa depan.

Durkheim (1984) dalam Zambeta (2014) menyatakan bahwa solidaritas sosial sebagai totalitas ikatan yang mengikat anggota satu sama lain dan dengan masyarakat, yang membentuk massa individu menjadi agregat yang kohesif. Adapun dalam penelitian ini hipotesis pertama yang menyatakan bahwa komunikasi persuasif berpengaruh signifikan terhadap solidaritas sosial ditolak. Hal ini dapat disebabkan bahwa dalam situasi sulit, tertekan maupun kondisi skeptis, solidaritas sosial bisa tidak tercapai (Zambeta, 2014). Penelitian ini memang dilaksanakan pada saat merebaknya virus Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) yang tentu berdampak banyak pada beberapa aspek kehidupan nasabah (aspek finansial, keamanan maupun kesehatan), yang berakibat pada perubahan prioritas utama pada pihak internal nasabah dibandingkan dengan pada sesama nasabah.

**Pengujian hipotesis kedua** Kualitas pelayanan terhadap solidaritas sosial berpengaruh positif signifikan dengan nilai signifikansi  $0.005 < 0.05$  maka hipotesis di terima. kualitas pelayanan dinilai responden sebagai berikut: Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk Credit Union Mitra Parahita tidak berbelit – belit (4.56). Pelayanan yang diberikan oleh Credit Union Mitra Parahita sudah sesuai harapan (4.62). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita tanggap terhadap keluhan anggota (4.69). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita selalu siap untuk membantu anggota/tamu (4.69). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita cepat dalam menyelesaikan masalah (4.60). semua memiliki nilai rata-rata > 3 dari skala 1 sampai dengan 5.

*Solidaritas sosial* memiliki ukuran sebagai berikut: Credit Union Mitra Parahita memberikan solusi yang lebih pada anggota (4.74). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan keinginan saya tanpa ada paksaan dari orang lain (4.83). Saya yakin dengan adanya Credit Union Mitra Parahita dapat membantu ekonomi anggota (4.63). Karyawan Credit Union Mitra Parahita bertanggung jawab dalam pekerjaannya (4.82). Selama menjadi anggota Credit Union Mitra Parahita belum pernah memberikan complain (4.58). Saya dan Credit Union Mitra Parahita memiliki semangat berkembang Bersama (4.64). Nilai dari pertanyaan komunikasi persuasif menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah pada Komunikasi persuasif terdapat pada item pertanyaan menemukan penyampaian dalam penjelasan.

Kualitas pelayanan berdasarkan Tjiptono (2011) dalam Hardilawati (2020) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Iklim layanan menghasilkan nilai dan persepsi gabungan karyawan tentang praktik, prosedur, dan perilaku yang dihargai, didukung, dan diharapkan terkait dengan pelayanan kepada pelanggan dan kualitas layanan pelanggan (Bell & Menguc, 2002). Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap solidaritas sosial diterima. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa dalam rangka untuk menciptakan lingkungan solidaritas sosial yang intensif maka peran organisasi

untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang prima sangat diharapkan. Dengan demikian, organisasi seharusnya dapat senantiasa menjaga kualitas pelayanannya di dalam berbagai situasi yang mungkin dihadapi di masyarakat. menurut (Cardoso, Sheth, Miller, Arnold, & Kochut, 2004) kualitas pelayanan perlu di evaluasi untuk peningkatan pelayanan yang lebih baik lagi, untuk kemajuan suatu organisasi dan kemajuan para anggota organisasi.

**Pengujian hipotesis ketiga** menunjukkan *Psychological well-being* tidak dapat memoderasi komunikasi persuasif terhadap solidaritas sosial dengan nilai signifikansi  $0.430 > 0.05$  maka hipotesis di tolak. *Psychological well-being* di nilai anggota: Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita mengerti keinginan anggota/tamu (4.83). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.77). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.80). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan tujuan saya (4.85). Saya mampu mengurus keuangan pribadi tanpa mengurani kualitas kesepakatan saya dengan Credit Union Mitra Parahita (4.64). Saya bertanggung jawab atas keputusan yang sudah saya tetapkan dengan memilih Credit Union Mitra Parahita (4.84). semua memiliki nilai rata-rata  $> 3$  dari skala 1 sampai dengan 5.

Komunikasi persuasive dinilai responden sebagai berikut: Karyawan Credit Union Mitra Parahita memiliki keahlian berkomunikasi dengan baik pada nasabah (7.74). Karyawan Credit Union Mitra Parahita menyampaikan penjelasan

mudah di pahami oleh anggota (4.73). Karyawan Credit Union Mitra Parahita berhati-hati (menjaga perasaan) pada saat berkomunikasi dengan anggota (4.79). semua memiliki nilai rata-rata > 3 dari skala 1 sampai dengan 5.

*Solidaritas sosial* memiliki ukuran sebagai berikut: Credit Union Mitra Parahita memberikan solusi yang lebih pada nasabah (4.74). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan keinginan saya tanpa ada paksaan dari orang lain (4.83). Saya yakin dengan adanya Credit Union Mitra Parahita dapat membantu ekonomi anggota (4.63). Karyawan Credit Union Mitra Parahita bertanggung jawab dalam pekerjaannya (4.82). Selama menjadi anggota Credit Union Mitra Parahita belum pernah memberikan komplain (4.58). Saya dan Credit Union Mitra Parahita memiliki semangat berkembang bersama (4.64). Nilai dari pertanyaan komunikasi persuasif menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah pada Komunikasi persuasif terdapat pada item pertanyaan menemukan penyampaian dalam penjelasan.

**Pengujian Hipotesis ke empat** Psychological well being tidak dapat memoderasi antara komunikasi persuasive terhadap solidaritas sosial dengan nilai signifikansi  $0.438 > 0.05$  maka hipotesis di tolak. *Psychological well-being* Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita mengerti keinginan anggota/tamu (4.83). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.77). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.80). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan tujuan saya

(4.85). Saya mampu mengurus keuangan pribaditanpa mengurangi kualitas kesepakatan saya dengan Credit Union Mitra Parahita (4.64). Saya bertanggung jawab atas keputusan yang sudah saya tetapkan dengan memilih Credit Union Mitra Parahita (4.84). semua memiliki nilai rata-rata > 3 dari skala 1 sampai dengan 5. Kualitas pelayanan dinilai responden sebagai berikut: Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk Credit Union Mitra Parahita tidak berbelit – belit (4.56). Pelayanan yang diberikan oleh Credit Union Mitra Parahita sudah sesuai harapan (4.62). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita tanggap terhadap keluhan anggota (4.69). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita selalu siap untuk membantu anggota/tamu (4.69). Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita cepat dalam menyelesaikan masalah (4.60). semua memiliki nilai rata-rata > 3 dari skala 1 sampai dengan 5.

*Solidaritas sosial* memiliki ukuran sebagai berikut: Credit Union Mitra Parahita memberikan solusi yang lebih pada nasabah (4.74). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan keinginan saya tanpa ada paksaan dari orang lain (4.83). Saya yakin dengan adanya Credit Union Mitra Parahita dapat membantu ekonomi anggota (4.63). Karyawan Credit Union Mitra Parahita bertanggung jawab dalam pekerjaannya (4.82). Selama menjadi anggota Credit Union Mitra Parahita belum pernah memberikan komplain (4.58). Saya dan Credit Union Mitra Parahita memiliki semangat berkembang bersama (4.64). Nilai dari pertanyaan komunikasi persuasif menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah pada Komunikasi persuasif terdapat pada item pertanyaan

menemukan penyampaian dalam penjelasan.

Kualitas pelayanan pengurus Credit Union di nilai karyawan masih rendah di lihat dari jawaban yang di berikan oleh responden dengan pernyataan Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk Credit Union Mitra Parahita tidak berbelit – belit, hal tersebut membuat anggota credit union masih kurang memiliki kedekatan dengan para pengurus, di karenakan kualitas pelayanan yang masih kurang baik mengakibatkan solidaritas antar anggota dan pengurus belum tercipta. Lingkungan yang sangat kompetitif di mana organisasi layanan beroperasi telah mengubah karyawan garis depan menjadi karyawan inti, dan kemampuan mereka untuk memberikan kualitas layanan yang tinggi merupakan sumber penting dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Aryee, Walumbwa, Seidu, & Otake, 2016). menurut (Kusluvan, Kusluvan, Ilhan, & Buyruk, 2010) solidaritas sosial dapat di perkuat dengan adanya *psychological well being* dengan catatan kualitas layanan juga harus di tingkatkan, sehingga dengan adanya kualitas layanan yang baik akan memperkuat *psychological well being* sehingga solidaritas sosial akan muncul dengan sendirinya.

**Pengujian Hipotesis ke lima** menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan *Psychological well being* terhadap solidaritas sosial dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  maka dengan demikian hipotesis diterima *Psychological well-being* di nilai anggota Karyawan dan staf Credit Union Mitra Parahita mengerti keinginan anggota/tamu (4.83). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.77). Saya memilih

Credit Union Mitra Parahita untuk mengatasi masalah dalam mengatasi keuangan (4.80). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan tujuan saya (4.85). Saya mampu mengurus keuangan pribadi dan mengurangi kualitas kesepakatan saya dengan Credit Union Mitra Parahita (4.64). Saya bertanggung jawab atas keputusan yang sudah saya tetapkan dengan memilih Credit Union Mitra Parahita (4.84). semua memiliki nilai rata-rata  $> 3$  dari skala 1 sampai dengan 5.

*Solidaritas sosial* memiliki ukuran sebagai berikut: Credit Union Mitra Parahita memberikan solusi yang lebih pada nasabah (4.74). Saya memilih Credit Union Mitra Parahita sesuai dengan keinginan saya tanpa ada paksaan dari orang lain (4.83). Saya yakin dengan adanya Credit Union Mitra Parahita dapat membantu ekonomi anggota (4.63). Karyawan Credit Union Mitra Parahita bertanggung jawab dalam pekerjaannya (4.82). Selama menjadi anggota Credit Union Mitra Parahita belum pernah memberikan komplain (4.58). Saya dan Credit Union Mitra Parahita memiliki semangat berkembang bersama (4.64).

Anggota yang memilih credit union karena mereka menginginkan tujuan mereka untuk menjadi mitra dalam hal kebutuhan solusi keuangan, sehingga rasa solidaritas yang di miliki anggota terhadap karyawan masih sebatas profesionalisme saja, untuk memiliki rasa tanggung jawab antar pengurus dan anggota. Menurut (Macneil, 1986) individu akan memunculkan rasa percaya terhadap sesuatu yang di putuskan maka akan timbul rasa loyalitas yang berdampak pada meningkatnya rasa solidaritas dalam organisasi. Dengan

demikian pengurus Credit union perlu meningkatkan kualitas pelayanan serta kemampuan dalam berkomunikasi untuk meningkatkan keuasan anggota agar mereka saling peduli di dalam berorganisasi.

pelayanan mempunyai pengaruh lebih dalam dan menerapkan hasil-hasil sebelumnya misalnya kualitas pelayanan terhadap kemandirian ekonomi melalui motivasi intrinsik sebagai variabel moderasi.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Dalam penelitian ini terdapat penemuan Komunikasi Persuasif tidak berpengaruh signifikan terhadap Solidaritas Sosial. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Solidaritas Sosial. *Psychological Well-being* tidak memoderasi pengaruh komunikasi persuasif terhadap solidaritas sosial. *Psychological Well-being* tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap solidaritas sosial. *Psychological well-being* berpengaruh signifikan terhadap solidaritas sosial.

##### **Saran**

##### **Bagi Praktisi**

Bagi Credit Union untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar anggota dan pengurus memiliki rasa kedekatan yang baik, sehingga menimbulkan rasa solidaritas sosial yang tinggi antara pengurus dan anggota yang lain. Selain itu perlunya peningkatan komunikasi persuasif agar anggota memiliki rasa kekeluargaan yang terjalin antara pengurus dengan anggotanya, sehingga kerukunan dapat di di hasilkan dan juga solidaritas sosial dapat meningkat.

##### **Bagi Akademisi**

Bagi Akademisi, hendaknya penelitian ini bisa lebih divariatifkan kembali untuk dapat dikembangkan pada variabel-variabel yang diduga kualitas

##### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryee, S., Walumbwa, F. O., Seidu, E. Y. M., & Otaye, L. E. (2016). Developing And Leveraging Human Capital Resource To Promote Service Quality: Testing A Theory Of Performance. *Journal Of Management*, 42(2), 480–499.  
<https://doi.org/10.1177/0149206312471394>
- Bell, S. J., & Menguc, B. (2002). *The Employee-Organization Relationship , Organizational Citizenship Behaviors , And Superior Service Quality*. 78, 131–146.
- Berry, J. W. (2011). Integration And Multiculturalism: Ways Towards Social Solidarity. *Papers On Social Representations*, 20, 2.1-2.21.
- Cardoso, J., Sheth, A., Miller, J., Arnold, J., & Kochut, K. (2004). Quality Of Service For Workflows And Web Service Processes. *Web Semantics*, 1(3), 281–308.  
<https://doi.org/10.1016/j.websem.2004.03.001>
- Fitriani, A. (2016). Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being. *Al-Adyan*, 11(1), 57–80.
- Gorla, N., Somers, T. M., & Wong, B. (2010). Organizational Impact Of System Quality, Information Quality, And Service Quality. *Journal Of Strategic Information Systems*, 19(3), 207–228.  
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2010.05>

## Derivatif : Jurnal Manajemen

Vol. 15 No. 1 April 2021

(ISSN Cetak 1978-6573) (ISSN Online 2477-300X)

001

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1).

Huppert, F. A. (2009). Psychological Well-Being: Evidence Regarding Its Causes And Consequences. *Applied Psychology: Health And Well-Being*, 1(2), 137–164. <https://doi.org/10.1111/J.1758-0854.2009.01008.X>

Isna Ayu. (2020). No Title. *Sosial*.

Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). The Human Dimension: A Review Of Human Resources Management Issues In The Tourism And Hospitality Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171–214. <https://doi.org/10.1177/1938965510362871>

Macneil, I. R. (1986). Exchange Revisited: Individual Utility And Social Solidarity. *Ethics*, 96(3), 567–593. <https://doi.org/10.1086/292776>

Nuryanto, M. R. B. (2014). *Modang Kecamatan Kuaru Kabupaten Paser (Kasus Kelompok Buruh Bongkar Muatan)*. 2(3), 53–63.

Polansky, J. R., Kurtz, R. M., Alvarado, J. A., Weinreb, R. N., & Mitchell, M. D. (1989). Eicosanoid Production And Glucocorticoid Regulatory Mechanisms In Cultured Human Trabecular Meshwork Cells. *Progress In Clinical And Biological Research*, 312(4), 113–138.

Pradipto, N. A., Sukarelawati, & Kusumadinata, A. A. (2017). Jurnal Komunikatio Volume 3 Nomor 2, Oktober 2017 |61. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 61–68.

Wright, T. A., & Cropanzano, R. (2000).

Psychological Well-Being And Job Satisfaction As Predictors Of Job Performance. *Journal Of Occupational Health Psychology*, 5(1), 84–94. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.1.84>

Zambeta, E. (2014). Education And Social Solidarity In Times Of Crisis: The Case Of Voluntary Shadow Education In Greece. *Education Inquiry*, 5(1). <https://doi.org/10.3402/Edui.V5.24058>