



ANALISIS PENGARUH FAKTOR PRODUK PINJAMAN, PROSEDUR KREDIT DAN SUKU BUNGA KREDIT TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM SWA MITRA DI DEMAK

Dewi Sri Handayani¹, Theresia Susetyarsi²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang^{1,2}

dewi@stiesemarang.ac.id¹, susetyarsi@stiesemarang.ac.id²

Riwayat Artikel

Abstrak

Received : 02-09-2021

Revised : 09-10-2021

Accepted : 11-11-2021

Dewasa ini perkembangan koperasi cukup baik. Banyak koperasi yang berdiri baik di pusat kota maupun di daerah-daerah. Keberadaan koperasi ini sangat membantu para anggotanya ataupun calon-calon anggota dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Koperasi sebagai salah satu badan usaha yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai penggerak ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Produk Pinjaman, Prosedur Kredit dan Suku Bunga Kredit terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra di Demak.

Populasi penelitian adalah anggota koperasi yang aktif yang berjumlah 564 dan sampel yang ditentukan sebanyak 85 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan spss.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk Pinjaman, Prosedur Kredit dan Suku Bunga Kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang nilainya positif, t hitung yang nilainya lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan untuk produk pinjaman, prosedur kredit dan suku bunga kredit nilainya lebih kecil dari 0,05.

Sebagai saran hendaknya dalam menetapkan suku bungan kredit harus hati hati jangan terlalu jauh dari tingkat suku bunga yang ditetapkan Bank Indonesia, mengingat suku bunga mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan anggota koperasi.

Kata Kunci

*Kepuasan Anggota,
Produk Pinjaman,
Prosedur Kredit dan Suku
Bunga Kredit.*

Keyword:

*Member Satisfaction, Loan
Products, Credit Procedures
and Credit Interest Rates*

Abstract.

Currently the development of cooperatives is quite good. Many cooperatives are established both in the city center and in the regions. The existence of this cooperative is very helpful for its members or prospective members in fulfilling their daily needs. Cooperatives as one of the business entities that carry out activities based on cooperative principles as well as driving the people's economy based on the principle of kinship. The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Loan Products, Credit Procedures and Credit Interest Rates on the Satisfaction of Swa Mitra Cooperative Members in Demak.

The research population is the active members of the cooperative, amounting to 564 and the specified sample is 85 people. The analytical tool used is multiple linear regression with the help of SPSS.

The results of the study indicate that Loan Products, Credit Procedures and Credit Interest Rates have a positive and significant influence. This is indicated by the positive value of the regression coefficient, t count which is greater than t table and the significant value for loan products, credit procedures and credit interest rates is less than 0.05.

As a suggestion, one should be careful not to go too far from the interest rate set by Bank Indonesia, considering that interest rates have a major influence on the satisfaction of cooperative members.

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan koperasi cukup baik. Banyak koperasi yang berdiri baik di pusat kota maupun di daerah-daerah. Keberadaan koperasi ini sangat membantu para anggotanya ataupun calon-calon anggota dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dengan memperhatikan kedudukan dan tujuan koperasi maka peran koperasi sangatlah penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi yang mempunyai ciri-ciri demokratis, kebersamaan, kekeluargaan, dan keterbukaan. Koperasi sebagai salah satu badan usaha yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai penggerak ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 25 Tahun 1992 tentang pokok-pokok perkoperasian bahwa koperasi sebagai organisasi ekonomi rakyat bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Dalam kehidupan ekonomi seperti itu koperasi seharusnya memiliki ruang gerak dan kesempatan usaha yang luas yang menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat. Dalam kegiatannya koperasi mengelola berbagai bidang usaha bagi anggotanya. Salah satu bidang usaha yang dapat dijalankan oleh koperasi adalah koperasi simpan pinjam (KSP) maupun bidang usaha unit simpan pinjam (USP). Simpan Pinjam adalah salah satu jenis usaha yang dijalankan oleh koperasi dengan melakukan penyimpanan dana kepada dan dari anggota koperasi baik yang berupa tabungan ataupun kredit dengan tujuan untuk menggalang dana dan menyalurkannya bagi peningkatan kesejahteraan anggota. Dalam perekonomian saat ini koperasi sebagai alternatif untuk menggerakkan perekonomian suatu daerah.

Tentu saja untuk itu koperasi dituntut dapat bertindak secara profesional sehingga akan memberikan kepuasan terhadap para anggotanya. Bagi koperasi yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam, di sini koperasi dituntut untuk dapat menawarkan pinjaman dengan produk pinjaman yang beraneka ragam, prosedur kredit yang mudah dan tingkat suku bunga kredit kompetitif. Hal ini disadari karena kebutuhan akan kredit semakin lama semakin meningkat baik jumlah maupun macamnya.

Peran koperasi ini cukup penting dalam pengembangan perekonomian kerakyatan di Kabupaten Demak. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi anggota koperasi untuk mengajukan kredit atau pinjaman ke koperasi simpan pinjam, yaitu antara lain faktor produk pinjaman, faktor prosedur kredit dan faktor tingkat suku bunga.

Apabila ketiga hal tersebut mampu dipenuhi dengan baik oleh koperasi maka anggota koperasi akan terus berpartisipasi sehingga koperasi dapat bertambah maju dan besar melalui kepuasan anggota. Oleh karena itu faktor-faktor di atas harus mendapat perhatian serius dari pengurus koperasi.

Pertama berkaitan dengan faktor produk pinjaman. Mengingat bahwa pemberian pinjaman (penyaluran dana) adalah sumber dari pendapatan, maka pengelola usaha simpan harus mampu membuat berbagai produk pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan para anggota dan calon anggota. Secara garis besar jenis produk pinjaman terdiri dari pinjaman konsumtif dan pinjaman produktif. Pinjaman Konsumtif adalah pinjaman untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat konsumtif, misalnya pinjaman untuk pembelian seperti TV, Hand Phone, pembelian meubel seperti meja, kursi, almari dll. Sedangkan pinjaman Produktif adalah pinjaman untuk membiayai kebutuhan usaha, sehingga dapat memperlancar / memperbesar kegiatan produksi atau memperbesar omset penjualan.

Kedua berkaitan dengan prosedur kredit. Yang dimaksud dengan prosedur kredit atau pemberian pinjaman adalah rangkaian kegiatan yang harus dilakukan didalam mengelola permohonan pinjaman dari saat permohonan diterima, sampai dengan pencairan dana, termasuk didalamnya persyaratan kredit.

Ketiga berkaitan dengan faktor tingkat suku bunga kreditnya. Diharapkan setiap koperasi simpan pinjam mampu menerapkan tingkat suku bunga yang kompetitif dan tidak membebani anggota-anggotanya yang mengambil kredit. Koperasi biasanya mengenakan tingkat suku bunga kredit sebesar 1,5%-1,75% per bulannya, tergantung pada besarnya kredit yang diambil, jangka waktu kredit maupun kualitas jaminan kredit.

Dalam penelitian yang dilakukan Irma Majidah Rachma, 2020 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kebayoran Lama) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk, kredit cepat aman dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan *Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare*, 2014 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan promosi berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Penelitian Gerardo Andrew Tumangkeng, 2013 yang berjudul Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado, hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.

Dari uraian tersebut maka penelitian ini mengambil judul “Analisis Pengaruh Faktor Produk Pinjaman, Prosedur Kredit Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Swa Mitra di Demak”.

Masalah Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang akan dibahas yaitu apakah Faktor Produk Pinjaman, Prosedur Kredit dan Suku Bunga kredit berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan pinjam Swa mitra di Demak. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk pinjaman, prosedur kredit dan suku bungan kredit terhadap kepuasan anggota koperasi simpan pinjam swa mitra di Demak.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Dharmesta, 1999). Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Selanjutnya yang dimaksud dengan konsumen/pelanggan disini adalah kepuasan anggota koperasi yang menerima fasilitas kredit dari Koperasi Swa Mitra di Demak.

Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja

memenuhi dan melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Kepuasan konsumen pada dasarnya terbagi menjadi dua (Dharmesta, 2007), yaitu :

a. Kepuasan Fungsional

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal : karena mendapat produk yang sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan, karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.

b. Kepuasan Psikologikal

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Menurut Dharmesta (2007) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat enam faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

6. Tempat/Lokasi Usaha

Faktor ini juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Tempat yang nyaman, aman dan penataan display produk sesuai dengan selera konsumen akan menyebabkan konsumen dapat membeli produk yang ditawarkan perusahaan dengan mudah dan lebih nyaman.

Pelanggan memasuki situasi jual-beli dengan harapan-harapan tertentu. Pelanggan mempunyai angan-angan tentang perasaan yang ingin mereka rasakan ketika mereka menyelesaikan suatu transaksi atau ketika mereka menggunakan barang yang mereka beli maupun ketika menikmati pelayanan yang telah mereka bayar.

Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pada kenyataannya, akhir-akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan "total," yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya. Juga kecil kemungkinannya mereka

berpaling ke pesaing-pesaing perusahaan. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

Namun demikian, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan bahwa pelanggan harus dipuaskan tak peduli berapapun biayanya. Tidak semua pelanggan memiliki nilai yang sama bagi perusahaan. Beberapa pelanggan layak menerima perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan pelanggan lain. Ada pelanggan yang tidak akan pernah memberikan umpan balik tak peduli berapa banyak perhatian yang kita berikan pada mereka, dan tak peduli berapa puasnya mereka. Dengan demikian, antusiasme tentang kepuasan pelanggan harus didukung oleh analisa-analisa yang tajam. Beberapa penulis memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan.

Spreng *et al.* (dalam Nitisemito, 1991) menyatakan bahwa perasaan puas pelanggan timbul ketika konsumen membandingkan persepsi mereka mengenai kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka. Dharmesta (1999) menyatakan kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Lebih jauh lagi Dharmesta (1999) menguraikan dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan merasa tidak puas. Lele dan Jagdish (1995), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari beberapa uraian tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dihasilkan dari proses perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya, yang menghasilkan *disconfirmation paradigm*.

Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Yang dimaksud *pinjaman* adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, dan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara KSP/USP (Koperasi Simpan Pinjam / Unit Simpan Pinjam) dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran sejumlah “ *imbalan* “

Pemberian Pinjaman

Pemberian pinjaman atau penyaluran dana merupakan salah satu kegiatan usaha yang mendominasi pengalokasian dana yang dimiliki KSP / USP. Oleh karena itu pemberian pinjaman merupakan sumber utama dari pendapatan usaha simpan pinjam, yang berupa pendapatan jasa (bunga). Dalam pemberian pinjaman KSP / USP harus berhati – hati, agar resiko yang dihadapi dapat sekecil mungkin.

Pasal 19, Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 96/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen (SOM) Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam Koperasi, memberikan persyaratan kepada calon peminjam sebagai berikut :

- a. anggota dan calon anggota bertempat tinggal diwilayah pelayanan KSP/USP Koperasi;
- b. mempunyai usaha/penghasilan tetap;
- c. mempunyai simpanan aktif;
- d. tidak memiliki tunggakan hutang dengan KSP/USP Koperasi maupun pihak lain;
- e. tidak pernah melakukan tindak pidana;
- f. memiliki moral yang baik;
- g. mengikuti program pembinaan pra penyaluran pinjaman.

Produk Pinjaman

Mengingat bahwa pemberian pinjaman (penyaluran dana) adalah sumber dari pendapatan, maka pengelola usaha simpan harus mampu membuat berbagai jenis produk pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan para anggota dan calon anggota.

Secara garis besar jenis produk pinjaman terdiri dari :

a. Pinjaman Konsumtif

Yaitu pinjaman untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat konsumtif, misalnya :

- Pinjaman untuk pembelian Elektronik seperti TV, hand Phone dll.
- Pinjaman untuk pembelian meubel seperti meja, kursi, almari dll.

b. Pinjaman Produktif

Yaitu pinjaman untuk membiayai kebutuhan usaha, sehingga dapat memperlancar / memperbesar kegiatan produksi atau memperbesar omset penjualan. Selanjutnya secara lebih rinci pinjaman produktif dibedakan menjadi 2 , yaitu :

• Pinjaman Produksi.

Adalah pinjaman untuk membiayai kegiatan usaha pembuatan barang (pabrikan) atau produksi barang pertanian, perikanan, peternakan dan lain sebagainya.

• Pinjaman Komersial.

Adalah pinjaman untuk membiayai usaha perdagangan (kredit bakul), kredit candak kulak dan lain sebagainya.

Prosedur Kredit

Penyaluran dana dalam bentuk kredit atau pinjaman merupakan salah satu kegiatan usaha yang mendominasi pengalokasian dana yang dimiliki KSP / USP. Oleh karena itu pemberian pinjaman merupakan sumber utama dari pendapatan usaha simpan pinjam, yang berupa pendapatan jasa (bunga). Dalam pemberian pinjaman KSP / USP harus berhati – hati, agar resiko yang dihadapi dapat seminim mungkin.

Yang dimaksud dengan prosedur kredit atau pemberian pinjaman adalah rangkaian kegiatan yang harus dilakukan didalam mengelola permohonan pinjaman dari saat permohonan diterima, sampai dengan pencairan dana. Dengan demikian fungsi dari prosedur pemberian pinjaman adalah :

- Memberi pelayanan yang lebih baik kepada anggota.
- Mengusahakan pemberian pinjaman dalam waktu relatif singkat sehingga dana yang diperlukan dapat diberikan pada saat yang diperlukan.
- Mengeliminir permasalahan yang mungkin timbul dalam pelayanan pemberian pinjaman.

Untuk dapat memperoleh pinjaman, anggota (calon peminjam) harus mengikuti prosedur seperti berikut :

1. Permohonan Pinjaman.

Dalam hal ini anggota/calon anggota terlebih dahulu mengisi formulir rangkap dua yang dibantu atau dibimbing oleh petugas simpan pinjam. Permohonan ini dapat diteruskan apabila data sudah lengkap dan tidak bermasalah.

2. Evaluasi / analisa Pinjaman.

Hal ini adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana kredit tersebut diperlukan oleh anggota atau calon anggota untuk menilai kondisi kemampuannya melunasi pinjaman dengan melihat pada 5C yaitu *Character, Capacity, Capital, Collateral dan Condition of Economy*

3. Keputusan Pinjaman.

Keputusan pinjaman didasari pada evaluasi atau analisa pinjaman, ketentuan ketetapan seperti jumlah pinjaman, jangka waktu, bunga pinjaman dan tanggal jatuh tempo semua harus sepengetahuan manajer koperasi.

4. Perjanjian Pinjaman.

Perjanjian pinjaman merupakan hal yang harus dilaksanakan antara KSP dan calon peminjam. Hal hal apa saja yang menjadi hak dan kewajibannya dituangkan dalam perjanjian tersebut dan ditandatangani kedua belah pihak.

5. Pencairan Pinjaman

Pencairan pinjaman merupakan tahap akhir proses pengelolaan pinjaman, hal ini dilakukan bila semua proses sudah dilakukan. Sebagai tanda terima pinjaman peminjam harus menandatangani kwitansi yang dibuat rangkap dua, satu untuk KSP dan satu lagi untuk peminjam.

Rangkaian kegiatan dalam prosedur pemberian pinjaman hendaknya dapat diselesaikan dalam target waktu yang relative cepat, sejak pengajuan pinjaman sampai pencairan (misalnya : 7 hari).

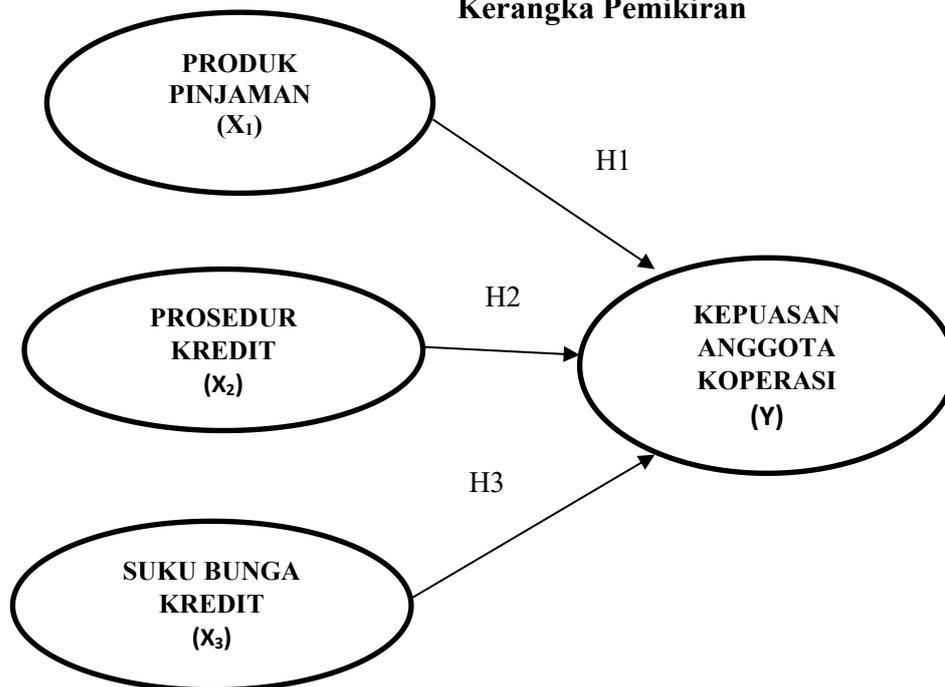
Suku Bunga Kredit

Suku bunga khususnya tingkat suku bunga kredit atau pinjaman merupakan salah faktor penting bagi suatu koperasi simpan pinjam. Suku bunga adalah tingkat bunga yang dinyatakan dalam persentase, jangka waktu tertentu (bulan atau tahun). Dengan tingkat suku bunga yang kompetitif diharapkan usaha simpan pinjam yang dijalankan oleh koperasi tetap dapat berjalan baik.

Bagi para anggota yang ingin meminjam dana pada koperasi akan melihat bahwa tingkat bunga pinjaman tersebut masih layak untuk suatu usaha dan mereka masih mampu mengembalikan pinjaman mereka.

Bagi koperasi itu sendiri, jalannya usaha simpan pinjam sangat tergantung dari hasil yang didapat dari selisih antara tingkat suku bunga pinjaman dengan tingkat suku bunga simpanan. Dengan demikian suatu koperasi dituntut untuk dapat menetapkan secara cermat berapa besarnya tingkat suku bunga pinjaman yang tidak memberatkan bagi para peminjam dan menentukan tingkat suku bunga simpanan yang tetap menarik bagi para anggota untuk menaruh kelebihan uang mereka pada koperasi.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, dalam Sarwono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah 564 anggota koperasi sebagai penerima kredit pada KSP Swa Mitra di Demak.

Berdasarkan data jumlah anggota koperasi sebagai penerima kredit pada KSP Swa Mitra maka besarnya sampel yang harus diambil (dengan menggunakan presisi kesalahan sebesar 10%) berdasarkan rumus Slovin dapat diketahui berjumlah 84,9 atau dibulatkan 85. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental / Accidental Sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah survei langsung dengan anggota koperasi sebagai penerima kredit pada KSP Swa Mitra di Demak. Kuesioner yang diberikan berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden untuk mengukur keputusan pembelian.

Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil spss diketahui bahwa instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel dengan demikian penelitian yang dilakukan langsung dapat dilanjutkan untuk memperoleh data yang diperlukan yang nantinya akan dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda.

Metode Analisis

Metode analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dari semua uji asumsi klasik ini telah sesuai dan terdistribusi normal sehingga layak untuk dilanjutkan.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis dengan program SPSS versi 21 tersebut, maka dapat diketahui persamaan regresi dari penelitian ini. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk adalah:

$$\text{Kepuasan Anggota} = Y = 2,013 + 0,236 X_1 + 0,233 X_2 + 0,304 X_3$$

Persamaan regresi linier berganda di atas maka dapat dianalisis sebagai berikut :

- a.. Konstanta (a) sebesar 2,013 jika variabel Produk Pinjaman (X_1), Prosedur Kredit (X_2) dan Suku Bunga Kredit (X_3) bernilai nol maka variabel Kepuasan anggota (Y) bernilai 2,013.
- b. Koefisien b_1 (X_1) sebesar 0,236 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Produk Pinjaman (X_1) bernilai positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) dan jika Produk Pinjaman ditingkatkan nilainya sebesar satu satuan maka Kepuasan Anggota akan meningkat sebesar 0,236.
- c. Koefisien b_2 (X_2) sebesar 0,233 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Prosedur Kredit (X_2) bernilai positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) dan jika Prosedur Kredit ditingkatkan nilainya sebesar satu satuan maka Kepuasan Anggota akan meningkat sebesar 0,233.
- d. Koefisien b_3 (X_3) sebesar 0,304 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Suku Bunga Kredit (X_3) bernilai positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) dan jika Suku Bunga Kredit ditingkatkan nilainya sebesar satu satuan maka Kepuasan Anggota akan meningkat sebesar 0,233.

Uji t

- a. Variabel Produk Pinjaman t hitungnya sebesar 2,250 dan signifikansinya 0,027 sedang nilai t tabel sebesar 1,994 dan besarnya α yang digunakan 0.05. Hal ini berarti bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05, dengan demikian bahwa Produk Pinjaman mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota.
- b. Variabel Prosedur Kredit t hitungnya sebesar 2,167 dan signifikansinya 0,033 sedang nilai t tabel sebesar 1,994 dan besarnya α yang digunakan 0.05. Hal ini berarti bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05, dengan demikian bahwa Prosedur Pinjaman mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota.
- c. Variabel Suku Bunga Kredit t hitungnya sebesar 3,345 dan signifikansinya 0,001 sedang nilai t tabel sebesar 1,994 dan besarnya α yang digunakan 0.05. Hal ini berarti bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05, dengan demikian bahwa Suku Bunga Kredit mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota.

Uji f

Dari hasil uji F diketahui bahwa besarnya F hasil tingkat signifikansi pada Produk Pinjaman, Prosedur Kredit dan suku Bunga Kredit sebesar 0,000 kurang dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian tersebut adalah signifikan.

Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Dalam penelitian ini nilai R^2 sebesar 0,642. Ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya sebesar 64,20% dan sisanya 35,80% dijelaskan oleh faktor lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Produk Pinjaman Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak.

Hasil regresi dan uji hipotesis bahwa Produk Pinjaman mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa mitra di Demak. Hal ini ditunjukkan oleh besar nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,236. Nilai t hitungannya lebih besar dari t tabel yaitu $2,250 > 1,994$ dan nilai signifikannya $0,027 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa Produk Pinjaman mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa Mitra di Demak adalah benar dan dapat diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Irma Majidah Rachma (2020) dan juga penelitiannya Gerardo Andrew Tumangkeng (2013).

b. Pengaruh Prosedur Kredit Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak.

Hasil regresi dan uji hipotesis bahwa Prosedur kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa mitra di Demak. Hal ini ditunjukkan oleh besar nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,233. Nilai t hitungannya lebih besar dari t tabel yaitu $2,167 > 1,994$ dan nilai signifikannya $0,033 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa Prosedur Kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa Mitra di Demak adalah benar dan dapat diterima.

c. Pengaruh Suku Bunga Kredit Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak.

Hasil regresi dan uji hipotesis bahwa Suku Bunga Kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa mitra di Demak. Hal ini ditunjukkan oleh besar nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,304. Nilai t hitungannya lebih besar dari t tabel yaitu $3,345 > 1,994$ dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa Suku Bunga Kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi Swa Mitra di Demak adalah benar dan dapat diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Gerardo Andrew Tumangkeng (2013).

KETERBATASAN PENELITIAN

Suku bunga mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan anggota koperasi Swa Mitra di Demak. Oleh karena itu Pengurus Koperasi harus berhati hati dalam menentukan suku bunga kredit. Suku bunga kredit yang dikenakan pada pinjaman hendaknya tidak terlalu jauh dari tingkat suku bunga yang sudah ditentukan oleh Bank Indonesia. Produk pinjaman yang sudah ada bisa dikembangkan dengan menambah jenis kredit sehingga bisa lebih berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi, Prosedur kredit hendaknya lebih disederhanakan dan waktu pengajuan sampai cairnya pinjaman bisa lebih diperpendek sehingga bisa memberikan kepuasan yang lebih baik lagi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Produk Pinjaman Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,236. Nilai t hitung $2,250 > 1,994$ dan sign $0,027 < 0,05$.
2. Prosedur Kredit berpengaruh Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,233. Nilai t hitung $2,167 > 1,994$ dan sign $0,027 < 0,05$.
3. Suku Bunga Kredit berpengaruh Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Swa Mitra Di Demak. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,304. Nilai t hitung $3,345 > 1,994$ dan sign $0,001 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmesta, Basu, 2007, *Loyalitas Pelanggan Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*; Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia vol.14 N.3.73-88.
- Gulo, W., 2000, *Metodologi Penelitian*, Penerbit Grasindo, Jakarta
- Herjanto, Eddy, 2006, *Manajemen Operasi*, Edisi 3, Penerbit Grasindo, Jakarta
- Istijanto, 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 96/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen (SOM)
- Kotler, Phillip, 1997, *Manajemen Pemasaran* (terj), Edisi Ketiga, Jilid I dan II, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2004, *Principle of Marketing*, Ninth Edition, Prentice Hall, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
- Lele and Jagdish N, 1995, *Pelanggan Kunci Keberhasilan*, Edisi Kedua, Penerbit Mitra Utama, Jakarta.
- Nitisemito, Alex., 1991, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan keempat, Penerbit Ghalia, Jakarta.
- Nugroho, Bhuana Agung, 2005, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sarwono, Jonathan, 2010, *Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*, Penerbit, CV. Andi Offset, Yogyakarta
- Situmorang, Syafizal et al., 2010, *Analisis Data : untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, USU Press, Medan
- Suharsimi Arikunto, 1992, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*, Edisi Pertama, Penerbit PT. Rineka Cipta, Bandung
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, 2001, *Pemasaran Yang Efektif*, Edisi ke-1, LP3ES, Jakarta