

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mulai merangkak naik, pada triwulan 2 tahun 2022 tumbuh sebesar 5,44% (YoY). Capaian ini menandakan tren pemulihan ekonomi Indonesia terus berlanjut dan semakin menguat. Secara spasial, pertumbuhan ekonomi di seluruh wilayah masih tumbuh positif. Ketimpangan ekonomi antar wilayah juga semakin berkurang. Ekonomi luar Jawa, terutama Maluku dan Papua tumbuh tinggi 13,01%. Bahkan Bali Nusa mulai tumbuh dan mencapai 3,94% ([www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id)).

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia).

Meskipun banyak penduduk yang merasakan bahwa “krisis” masih melanda perekonomian di Indonesia, namun pada kenyataannya pertumbuhan bisnis terus meningkat. Banyaknya bermunculan usaha-usaha baru mendorong lembaga keuangan, baik bank maupun non bank bersaing untuk memasarkan kredit kepada masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan kredit UMKM sendiri terus meningkat dan NPL terus terjaga stabil. Kredit UMKM terus meningkat hingga mencapai Rp1.275,03 triliun atau tumbuh 16,75% (yoy). NPL tetap terjaga pada kisaran 4%, di mana posisi terakhir pada April 2022 NPL tercatat mencapai 4,38%, lebih rendah dibandingkan periode sama tahun lalu yang berada di 4,41% (Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia).

Pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik memberikan peluang bagi lembaga keuangan, baik bank maupun non bank untuk memasarkan kredit kepada masyarakat. Tentu persaingan tidak dapat dihindari dalam industri keuangan, baik

antar bank, bank dengan lembaga keuangan non bank maupun persaingan antar lembaga keuangan non bank. Daya tarik produk menjadi salah satu kunci dalam memenangkan persaingan di industri keuangan. Ada pengaruh antara daya tarik produk dengan kepuasan nasabah, artinya jika daya tarik produk diperbaiki maka harapan pelanggan sesuai dengan kenyataan dan nasabah menikmati jasa pelayanan sehingga kepuasan nasabah akan meningkat (Ali, 2018). Daya tarik tawaran yang diberikan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pinjaman dari bank tertentu.

Pemerintah terus mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan modal kerja bagi pelaku usaha, salah satunya program Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR merupakan program pemerintah untuk meningkatkan akses permodalan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Penyaluran KUR diantaranya melalui perbankan dan Koperasi Simpan Pinjam (KSP). Penyaluran KUR melalui KSP hanya diberikan kepada anggota KSP. Mengutip dari siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia bahwa pemulihan dunia usaha juga semakin terlihat dengan pertumbuhan kredit yang terus meningkat mencapai 10,7% (YoY) per Juni 2022 dengan tingkat NPL terjaga dibawah 3%. Kredit modal kerja meningkat seiring peningkatan utilitas, serta kredit investasi mulai terakselerasi. Sejalan dengan pertumbuhan kredit, realisasi KUR per Juli mencapai sebesar Rp209,050 triliun (56,02% dari target tahun 2022 sebesar Rp373,17 triliun) dan diberikan kepada 4.400.000 juta debitur. Sedangkan total *outstanding* per 31 Juli 2022 Rp530 triliun. Dari segi kesejahteraan, tingkat kemiskinan dan pengangguran juga menurun.

KSP sebagai bagian dari industri keuangan non bank yang usaha utamanya adalah simpan pinjam dengan sumber modal utama dari anggota dan dipinjamkan kembali kepada anggotanya. Sesuai prinsip koperasi, yaitu dari anggota, oleh anggota dan untuk anggota. *Credit Union* (CU) merupakan bagian dari KSP yang banyak dijumpai di Indonesia, dan khususnya di Kalimantan Barat. *World Council of Credit Union* (WOCCU) mendefinisikan CU merupakan koperasi keuangan yang dimiliki pelanggan/anggota, dikendalikan secara demokratis oleh anggotanya, dan

dioperasikan untuk tujuan memaksimalkan keuntungan ekonomi anggotanya dengan menyediakan layanan keuangan dengan harga yang kompetitif dan wajar. CU sebagai alternatif untuk mengatasi kemiskinan melalui kegiatan edukasi dan pemberdayaan serta penyediaan layanan keuangan yang berkualitas yang diberikan kepada anggotanya.

KSP PUSKOP *CREDIT UNION* INDONESIA (disingkat PUSKOPCUINA) sebagai federasi nasional *Credit Union* di Indonesia yang memiliki 46 anggota (CU Primer) dengan anggota individu sebanyak 540.351 orang dengan aset Rp7.624.367.921.477,00 yang tersebar di 25 Provinsi di Indonesia (Laporan Manajemen PUSKOPCUINA Per 31 Juli 2022). PUSKOPCUINA berdomisili di Pontianak yang berdiri sejak tanggal 27 November 1988. Anggota, aset, dan simpanan anggota di CU Primer menunjukkan perkembangan yang menggembirakan seperti yang terlihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Anggota PUSKOPCUINA Tahun 2012-2021**  
**(dalam ribuan rupiah)**

No.	Tahun	Jlh. CU Primer	Jlh. Anggota CU Primer (Org)	Jlh. Kekayaan (Aset)	Jlh. Simpanan Anggota CU
1	2012	45	380.698	4.116.202.101	3.088.760.239
2	2013	49	424.988	5.012.907.431	4.556.979.365
3	2014	44	414.071	5.406.424.036	4.831.647.707
4	2015	44	434.764	5.982.945.801	5.237.956.471
5	2016	43	444.365	6.192.259.411	5.700.835.378
6	2017	44	454.566	6.390.517.528	5.779.596.601
7	2018	43	452.376	6.439.049.352	5.230.489.404
8	2019	44	494.597	6.800.799.973	6.003.175.921
9	2020	44	506.616	7.047.209.355	6.186.824.944
10	2021	45	536.921	7.460.280.033	6.524.629.900

Sumber : Analisis Data Litbang PUSKOPCUINA 2022

CU Muara Kasih berdiri tanggal 15 Agustus 2012 beralamat di Jalan Antasari No. 56A, Pontianak, Kalimantan Barat. Lahirnya CU Muara Kasih diinisiasi oleh Dewan Pastoral Paroki (DPP) Gereja Katedral St. Yoseph Pontianak, Kalimantan Barat. Di dalam Gerakan Koperasi Kredit Indonesia (GKKI), CU Muara Kasih

bernaung di PUSKOPCUINA. Sesuai dengan prinsip keanggotaan terbuka dan sukarela, CU Muara Kasih menerima keanggotaan dari berbagai latar belakang agama dan suku. CU Muara Kasih bercita-cita agar anggotanya mampu meraih masa depan yang lebih baik. Sebagai lembaga yang patuh terhadap regulasi yang ditetapkan oleh Pemerintah, CU Muara Kasih sudah memiliki badan hukum dengan nomor 1375/BH/XVII/2013 yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Barat dan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia memberikan Nomor Induk Koperasi (NIK) 6171050020309. Ditengah persaingan lembaga keuangan yang ketat di Kota Pontianak, CU Muara Kasih mampu berkembang, baik dari segi aset maupun anggota.

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan CU Muara Kasih Tahun 2013-Juni 2022**  
**(dalam ribuan rupiah)**

No.	Tahun	Jlh. Anggota (Org)	Jlh. Kekayaan (Aset)	Jlh. Simpanan Anggota	Jlh. Pinjaman Anggota
1	2013	313	5.721.701	3.193.938	2.481.835
2	2014	457	10.333.932	9.739.204	5.732.196
3	2015	574	10.402.890	9.414.433	6.140.704
4	2016	627	11.182.756	8.081.144	4.640.560
5	2017	686	11.049.335	8.504.795	5.437.191
6	2018	715	10.721.158	9.071.324	5.657.438
7	2019	873	11.028.674	9.171.477	5.426.993
8	2020	1.049	12.768.908	11.241.203	5.636.234
9	2021	1.113	15.504.978	13.891.285	7.152.720
10	Juni 2022	1.106	16.046.469	11.946.541	7.521.271

Sumber : Analisis Data Litbang PUSKOPCUINA 2022

CU Muara Kasih sebagai salah satu CU yang memiliki aset dan anggota yang relatif masih kecil, namun demikian mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan diindustri keuangan. Persaingan tidak hanya terjadi antara CU Muara Kasih dengan KSP/CU lain yang ada di wilayah Kota Pontianak, tetapi pesaing CU Muara Kasih lainnya adalah perbankan, *leasing*, dan pegadaian. Untuk perbankan yang dapat menjadi pesaing CU Muara Kasih adalah perbankan yang menyalurkan KUR dan memberikan pinjaman perumahan. Sasaran KUR adalah masyarakat yang memiliki

usaha kecil. Demikian halnya dengan sasaran CU Muara Kasih adalah masyarakat menengah ke bawah yang produk pinjamannya juga untuk usaha kecil dan menengah. CU Muara Kasih juga memiliki produk pinjaman perumahan sehingga akan bersaing dengan bank yang menjadi penyalur pembiayaan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) bersubsidi. Adapun lembaga perbankan yang menjadi penyalur KUR dan/atau pembiayaan KPR bersubsidi di Kota Pontianak seperti pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Data Bank Penyalur KUR dan Pembiayaan KPR Bersubsidi**  
**Di Kota Pontianak**

No.	Nama Lembaga	Nama Produk
1	BRI	KUR dan KPR bersubsidi
2	Bank Mandiri	KUR dan KPR bersubsidi
3	BNI	KUR dan KPR bersubsidi
4	BSI	KUR dan KPR bersubsidi
5	BTN	KUR dan KPR bersubsidi
6	BCA	KUR
7	Bank Bukopin	KUR dan KPR bersubsidi
8	Bank Maybank Indonesia	KUR
9	Bank Sinarmas	KUR
10	Bank Permata	KUR
11	BTPN	KUR dan KPR bersubsidi
12	OCBC NISP	KUR
13	Bank Artha Graha Internasional	KUR dan KPR bersubsidi
14	BPD Kalbar	KUR dan KPR bersubsidi
15	Bank Mega Syariah	KPR bersubsidi
16	Bank Bukopin	KPR bersubsidi

Sumber : Sistem Informasi Kredit Program (SIKP) Kredit Usaha Rakyat dan Pusat Pengelolaan Dana Pembiayaan Perumahan (PPDPP)

Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. KUR bersumber dari dana perbankan yang disediakan untuk keperluan modal kerja dan investasi dan disalurkan kepada pelaku UMKM perorangan dan/atau kelompok usaha dalam wadah koperasi, yang memiliki usaha *feasible* tetapi belum *bankable*. KUR memberikan subsidi bunga yang menjadi beban Pemerintah. Pemberian subsidi bunga/margin menyebabkan tingkat

suku bunga untuk kredit/pembiayaan KUR sangat rendah dibandingkan dengan kredit komersial perbankan. Tingkat suku bunga tersebut terus mengalami penurunan dari tahun 2008 sebesar 24% kemudian terus turun hingga tahun 2022 berada di level 6% per tahun (<https://kur.ekon.go.id>). Pemerintah dalam upaya memenuhi kebutuhan rumah bagi masyarakat, khususnya masyarakat berpenghasilan rendah telah menyediakan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) melalui program KPR bersubsidi yang disalurkan oleh perbankan dengan bunga 5% per tahun *flat*. (<https://ppdpp.id>).

Rendahnya bunga KUR dan KPR bersubsidi berpotensi menyebabkan anggota memilih produk pinjaman yang disediakan oleh perbankan, khususnya untuk pinjaman modal usaha dan perumahan. Produk pinjaman beserta tingkat balas jasa (bunga) pinjaman CU Muara Kasih seperti pada Tabel 1.4. Pinjaman GRIYA MK untuk tujuan membeli atau renovasi rumah dengan bunga 9,5% p.a. *flat* lebih tinggi 4,5% dari bunga KPR bersubsidi. Sedangkan Pinjaman Cepat dan Pinjaman Serba Serbi yang banyak digunakan untuk pinjaman modal kerja, tingkat suku bunganya 6% - 14,4% lebih tinggi dibandingkan dengan bunga KUR.

**Tabel 1.4**  
**Produk Pinjaman CU Muara Kasih**

No.	Nama Produk Pinjaman	Suku Bunga	Tujuan Pinjaman
1	Pinjaman menambah simpanan	18% per annum (p.a.) menurun	Menambah simpanan
2	Pinjaman cepat	18% dan 20,4% p.a. menurun	Pencairan cepat
3	Pinjaman serba serbi	20,4% p.a. menurun	Memenuhi kebutuhan anggota
4	Pinjaman mikro	36% p.a. menurun	Pinjaman untuk pedagang kecil
5	Pinjaman OTO	9,5% p.a. tetap	Membeli kendaraan
6	Pinjaman GRIYA MK	9,5% p.a. tetap	Membeli/renovasi rumah
7	Pinjaman PELITA MK	9% p.a. tetap	Biaya pendidikan anak
8	Pinjaman HOLY MK	8% p.a. tetap	Wisata rohani dan liburan

Sumber : Manual Operasional Produk dan Pelayanan CU Muara Kasih

Karakteristik produk simpanan, pinjamanan, dan solidaritas di KSP/CU lainnya mirip dengan CU Muara Kasih sehingga dapat menjadi pesaing. Persaingan

dengan pegadaian dapat terjadi karena anggota memilih pinjaman gadai atau non gadai di pegadaian sedangkan *leasing* menjadi pesaing karena bergerak dalam usaha pembiayaan kendaraan. Adapun dari 31 CU yang ada di Kalimantan Barat, terdapat 11 CU yang memiliki kantor pusat atau cabang di Pontianak seperti pada Tabel 1.5 dan pada Tabel 1.6 beberapa *leasing* dan pegadaian yang ada di Pontianak.

**Tabel 1.5**  
**CU di Kota Pontianak**

No.	Nama Lembaga	Jumlah Tempat Pelayanan
1	CU Khatulistiwa Bakti	4
2	CU Muare Pesisir	2
3	CU Stella Maris	2
4	CU Pancur Kasih	3
5	CU Lantang Tipo	2
6	CU Keluarga Kudus	1
7	CU Bahtera	1
8	CU Semarong	2
9	CU Keling Kumang	2
10	CU Tri Tapang Kasih	1
11	CU Semandang Jaya	1

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalbar (2022)

**Tabel 1.6**  
**Pegadaian dan *Leasing* di Kota Pontianak**

No.	Nama Lembaga	Karakteristik Produk
1	PT. Pegadaian Indonesia	Pinjaman gadai dan pinjaman non gadai
2	Adira Finance	Pembiayaan mobil dan sepeda motor
3	FIF	Pembiayaan sepeda motor
4	BAF	Pembiayaan kredit mobil dan sepeda motor
5	OTO Finance	Pembiayaan kredit mobil dan sepeda motor
6	BCA Finance	Pembiayaan kredit mobil
7	Mega Finance	Pembiayaan kredit mobil
8	Mandiri Tunas Finance	Pembiayaan kredit mobil
9	Dipo Finance	Pembiayaan kredit mobil

Sumber : OJK (2022)

Perbedaan tingkat bunga pinjaman dan kualitas pelayanan antara CU Muara Kasih dengan perbankan tentu dapat berpengaruh terhadap keputusan anggota

melakukan pinjaman. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa tingkat bunga yang lebih rendah menurunkan biaya pinjaman, sehingga meningkatkan permintaan pinjaman bank dan faktor kualitas layanan tampaknya sangat mempengaruhi keputusan untuk mengambil pinjaman (Frangos, Fragkos, Sotiropoulos, Manolopoulos, & Valvi, 2012). Suku bunga pinjaman yang tinggi mempengaruhi kemampuan peminjam untuk membayar kembali karena peminjam tidak dapat memperoleh hasil yang cukup dari bisnis mereka untuk membayar pinjamannya (Evans & Adjei, 2014).

Dalam memonitoring kinerja keuangan digerakan CU, WOCCU telah membuat panduan yang disebut *PEARLS*, akronim dari *protection, effective financial structure, asset quality, rate of return and cost, liquidity, dan signs of growth*. *PEARLS* adalah sistem monitoring kinerja untuk memberikan bimbingan bagi manajemen dalam mengelola CU yang terdiri dari 44 (empat puluh empat) indikator dengan 13 (tiga belas) sebagai indikator kunci, salah satunya satunya adalah piutang bersih (E1) dengan rasio ideal 70% - 80% dari jumlah aset (kekayaan) yang dimiliki oleh CU. Struktur keuangan efektif seperti pada Tabel 1.7.

**Tabel 1.7**  
**Struktur Keuangan Efektif di *Credit Union***

No.	Sumber	Rasio Ideal	Penggunaan	Rasio Ideal
1	Simpanan wajib dan simpanan pokok (E7)	10%-20%	Kas (L1)	10%-20%
2	Simpanan sukarela (E5)	70%-80%	Piutang beredar (E1)	70%-80%
3	Modal lembaga bersih (E9)	Minimal 10%	Piutang lalai (A1)	≤5%
			Aset tidak Menghasilkan (A2)	≤5%

Sumber : Analisis *PEARLS*

Rasio E1 CU Muara Kasih per 30 Juni 2022 sebesar 46,15%. Jumlah piutang anggota Rp7.521.270.558,00 dengan jumlah aset sebesar Rp16.046.469.301,00, kredit lalai 1-12 bulan sejumlah Rp131.889.233,00 dan kredit lalai >12 bulan sejumlah Rp69.608.800,00. Sedangkan rasio E5 terhadap aset mencapai 74,45% dengan jumlah simpanan sukarela sebesar Rp11.946.541.081,00 (Laporan

Manajemen PUSKOPCUINA, 31 Juli 2022). Mengacu kepada struktur keuangan efektif seperti pada Tabel 1.5, maka rasio E1 belum ideal sedangkan rasio E5 ideal. Kondisi ini menunjukkan bahwa dana yang dimiliki oleh CU yang berasal dari simpanan anggota belum mampu dijual secara ideal kepada anggota. Secara operasional, CU lebih banyak menanggung beban balas jasa (bunga) simpanan anggota dibandingkan dengan menerima balas jasa pinjaman dari anggota. Seharusnya dana yang diperoleh dari anggota dalam bentuk simpanan dijual kembali kepada anggota dalam bentuk pinjaman dengan rasio keduanya seimbang agar kinerja keuangan CU Muara Kasih efektif. Rasio E1 yang rendah berdampak pada tingginya rasio L1 yang mencapai 51,23% dari simpanan sukarela (non saham). Penempatan dana diperbankan dalam bentuk deposito tidak dapat memberikan pendapatan yang optimal bagi CU Muara Kasih. Idealnya rasio L1 setara dengan rasio E7, yakni 10% - 20%. Rasio E9 mencapai 7,76% sehingga belum ideal, rasio A1 mencapai 2,68% kategori ideal dan rasio A2 mencapai 9,35% sehingga tidak ideal. Rasio E9 yang tidak setara dengan rasio A1 dan A2 menunjukkan kemampuan CU Muara Kasih masih rendah dalam mengatasi kerugian yang disebabkan oleh kredit lalai dan pengadaan aset tetap menggunakan sumber dana berbiaya tinggi.

**Tabel 1.8**  
**Rasio Piutang Bersih (E1) CU Muara Kasih Tahun 2013-Juni 2022**  
**(dalam ribuan rupiah)**

No.	Tahun	Jumlah Piutang Bersih (Rp)	Rasio E1
1	2013	2.415.676	42,22%
2	2014	5.472.704	52,96%
3	2015	5.601.321	53,84%
4	2016	4.151.821	37,13%
5	2017	5.112.960	46,27%
6	2018	5.274.760	49,20%
7	2019	5.182.368	46,99%
8	2020	5.574.349	43,66%
9	2021	7.031.057	45,35%
10	Juni 2022	7.405.501	46,15%

Sumber : Analisis Data Litbang PUSKOPCUINA 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1.8 terlihat bahwa sejak sepuluh tahun terakhir, rasio E1 CU Muara Kasih belum mencapai kondisi ideal. Penyebab rendahnya minat anggota untuk meminjam di CU Muara Kasih belum dapat diketahui secara pasti. Hal ini membuat pengurus dan pengelola CU Muara Kasih menjadi kesulitan dalam membuat strategi yang tepat. Sumber penghasilan CU sama dengan bank, yakni penyaluran kredit. Sebagian besar bank masih mengandalkan sumber pendapatan utamanya dari bisnis perkreditan. Dengan demikian, untuk mendapatkan margin yang baik diperlukan pengelolaan perkreditan secara efektif dan efisien (Andrianto, Fatihuddin, & Firmansyah, 2019).

**Tabel 1.9**  
**Jumlah Anggota CU Muara Kasih**  
**Per 30 Juni 2022**

No.	Jenis Keanggotaan	Jumlah (Org)
1	Anggota Biasa	856
2	Anggota Luar Biasa	250
3	Jumlah	1.106

Sumber : Data Statistik CU Muara Kasih 2022

Keanggotaan koperasi yang diatur dalam Permenkop dan UKM RI Nomor 9 Tahun 2018 terbagi menjadi anggota biasa dan anggota luar biasa. Anggota luar biasa adalah warga negara Indonesia yang belum cakap melakukan tindakan hukum (dibawah umur) dan Warga Negara Asing yang ingin mendapat pelayanan dan menjadi anggota Koperasi dan tidak sepenuhnya memenuhi persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga. Tujuan menerima anggota yang belum cakap hukum atau anggota luar biasa untuk kaderisasi keanggotaan di koperasi dan sekaligus untuk melatih dan menumbuhkan budaya menabung pada usia dibawah 17 (tujuh belas) tahun. CU Muara Kasih menerima anggota kategori luar biasa mulai dari usia 0 tahun, pada umumnya adalah bayi/anak dari orang tua yang sudah menjadi anggota CU Muara Kasih. Untuk mendorong agar dari usia 0 tahun sudah menjadi anggota, maka anggota perempuan yang melahirkan anak dapat mengajukan klaim solidaritas kesehatan

dengan syarat anak yang dilahirkan langsung menjadi anggota CU Muara Kasih. Anggota luar biasa tidak memiliki hak untuk meminjam.

**Tabel 1.10**  
**Jumlah Anggota Biasa yang Meminjam**  
**Per 30 Juni 2022**

No.	Uraian	Jumlah (Org)
1	Anggota yang memiliki pinjaman	238
2	Anggota yang tidak memiliki pinjaman	618
3	Jumlah	856

Sumber : Data Statistik CU Muara Kasih 2022

Berdasarkan Tabel 1.10, dari 856 orang anggota biasa yang memiliki hak meminjam hanya 238 atau 27,80% yang melakukan pinjaman di CU Muara Kasih. Idealnya anggota berpartisipasi aktif dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh CU Muara Kasih karena anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa.

Tantangan utama CU adalah daya saing, karena CU bersaing dengan bank publik dan swasta yang sangat kuat dengan penetrasi pasar yang lebih besar. Selain itu, produk dan layanan keuangan akhirnya menjadi komoditas, dan perlu mencari perbedaan lain bagi organisasi untuk memperkuat posisinya di pasar yang sangat kompetitif ini. CU adalah lembaga yang pada dasarnya memberikan layanan yang sama seperti bank. Namun, CU memiliki karakteristik yang membedakan mereka dari lembaga keuangan lainnya: pelanggan CU, selain menggunakan produk, memiliki bagian dalam modal kelembagaan koperasi, menjadikan mereka “anggota”. Keunikan ini dianggap sebagai perbedaan utama antara CU dan bank (Duarte, Moreira, Ferraresi, & Gerhard, 2016).

Daya tarik tawaran pesaing merupakan faktor yang dapat mempengaruhi anggota tidak memanfaatkan fasilitas kredit yang disediakan oleh CU Muara Kasih. Daya tarik pesaing adalah ketersediaan alternatif jasa yang sejenis yang dapat menarik perhatian pelanggan. Produk barang atau jasa yang dimiliki oleh pesaing lebih menarik dan memuaskan bagi konsumen, maka konsumen akan berpindah kepada perusahaan yang mampu menyediakan layanan yang lebih menarik dan

produk barang atau jasa yang berkualitas tinggi (Bansal, Taylor, & James, 2005). Salah satu karakteristik dari pelanggan yang loyal adalah kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Jika daya tarik produk pesaing mempengaruhi pelanggan bisa diartikan loyalitas seorang pelanggan hilang (Griffin, 2002).

Daya tarik pesaing mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merk smartphone lain. Hal ini disebabkan karena merk lain memiliki fitur-fitur yang lebih menarik, kualitasnya yang mengikuti perkembangan, dan produk yang dijanjikan sesuai harapan konsumen (Hedy, 2016). Daya tarik pesaing adalah suatu ciri khas yang dimiliki pesaing lebih menarik daripada yang dimiliki suatu produk sehingga pelanggan akan berpindah haluan ke produk pesaing (Nimako & Ntim, 2013). Hasil penelitian Huilin & Tian (2021) menemukan bahwa fasilitas yang dimiliki perusahaan menjadi daya tarik bagi pelanggan. Setiap fasilitas, setelah dibuka, memiliki daya tarik tetap bagi pelanggan. Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan menentukan lokasi fasilitas dan tingkat daya tarik berpasangan antara fasilitas-pelanggan.

Kemudahan pelayanan kredit yang diberikan oleh perusahaan menunjukkan kualitas pelayanan yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam kepuasannya menggunakan sebuah produk/jasa. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah (Kotler & Keller, 2012). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari kepuasan nasabah tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan (Marlina & Bimo, 2018).

Kualitas layanan adalah keragaman antara antisipasi pelanggan dan pemahaman layanan mereka. Jika kinerja melebihi tingkat yang diantisipasi, kualitas yang dipahami akan berada di atas tingkat kepuasan; jadi, kepuasan pelanggan muncul. Sudah banyak bukti yang menggambarkan bahwa ada hubungan langsung antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan (Li, Lu, Hou, Cui, & Darbandi, 2021).

Kemudahan pelayanan kredit adalah kemudahan akses pelayanan kredit yang disediakan oleh CU Muara Kasih untuk anggotanya, seperti prosedur kredit yang

cepat, tempat lokasi kantor yang mudah dijangkau, tersedianya layanan transaksi berbasis digital dan waktu pelayanan sesuai dengan yang anggota butuhkan. Prosedur kredit memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah bank dalam membuat keputusan untuk melakukan pinjaman di bank. Keputusan nasabah dalam mengajukan pinjaman di bank dipengaruhi oleh kriteria kemudahan prosedur kredit ditetapkan melalui kemudahan nasabah dalam memenuhi persyaratan pengajuan kredit yang dibuat oleh bank, jelasnya prosedur penilaian kredit, proses keputusan kredit yang jelas, kemudahan dan kecepatan dalam tahapan pencairan kredit, dan dokumentasi serta administrasi kredit (Huda, Sukidin, & Wahyuni, 2019). Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa persyaratan pengajuan kredit relatif mudah, staff analis kredit membantu dalam proses kredit, proses verifikasi kredit relatif cepat, proses realisasi pencairan kredit relatif cepat, tahap pelunasan dan pengambilan jaminan prosesnya tidak rumit. terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit (Adhitya, 2013).

Aspek mendasar yang harus diperhatikan oleh koperasi adalah kepuasan “pelanggan” mereka, karena loyalitas pelanggan merupakan dasar untuk kinerja organisasi yang baik. Dalam koperasi, seorang anggota juga merupakan pelanggan (Duarte *et al*, 2016). Perusahaan bisnis yang mementingkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggannya harus memilih pengukuran kepuasan pelanggan untuk lebih meningkatkan diri (Gümüş & Apa, 2015).

Kepuasan anggota CU merupakan tingkat perasaan seorang anggota setelah membandingkan kinerja yang diberikan oleh CU melebihi apa yang diharapkan. Jika sistem penyaluran kredit yang ditawarkan oleh bank atau koperasi sesuai harapannya, maka mereka merasa puas dan jika sistem penyaluran kredit yang ditawarkan tidak sesuai harapan mereka, maka mereka merasa tidak puas (Saragih, 2018). Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2012).

Kepuasan anggota merupakan faktor yang sangat penting dalam mendukung keberlanjutan CU sehingga CU dituntut untuk terus melakukan perbaikan. Apabila

layanan yang diberikan oleh CU tidak memenuhi harapan anggota maka tidak menutup kemungkinan anggota akan berhenti menjadi anggota. Dalam manual audit *A-1 Competitive Choice for Competitiveness and Excellence in Services and Soundness (ACCESS)* yang menjadi standar kualitas mutu dalam gerakan CU di Asia, kepuasan anggota menjadi salah satu perspektif yang dinilai sebagai faktor penentu keberlanjutan CU (ACCU, 2005). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sistem penyaluran kredit memberikan pengaruh terhadap kepuasan anggota CU (Saragih, 2018). Selanjutnya hasil penelitian Subagja (2019) terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank dan Simanihuruk (2018), kepuasan nasabah secara keseluruhan pada layanan jasa berasosiasi kuat terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan kembali jasa dari penyedia yang sama.

Dalam KBBI keinginan memiliki arti barang apa yang diinginkan sedangkan pengertian meminjam adalah memakai barang (uang dan sebagainya) orang lain untuk waktu tertentu (kalau sudah sampai waktunya harus dikembalikan). Keinginan meminjam dapat diartikan keinginan anggota untuk meminjam uang untuk memenuhi kebutuhannya. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (Kotler & Keller, 2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat (Satria, 2017). Penelitian Ali, Kurniasih, & Hairiyah (2017) menunjukkan bahwa prosedur kredit merupakan proses yang harus dilalui oleh nasabah untuk mendapatkan fasilitas kredit. Prosedur kredit yang berbeda untuk nasabah payroll dan non-payroll juga mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil pinjaman multiguna. Penelitian Habsari (2013) menunjukkan semakin tinggi ikatan emosional nasabah, maka semakin tinggi minat pengambilan kredit ulang.

Menurut Adrianto *et al* (2019), pemberian kredit merupakan bisnis terbesar hampir pada sebagian besar bank, penerimaan bunga dari pemberian kredit bagi sebagian bank merupakan sumber pendapatan terbesar, dan kredit merupakan salah satu produk bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Frangos *et al* (2012), meningkatnya tingkat persaingan untuk layanan keuangan telah meningkatkan kebutuhan bank untuk mencari dan menarik segmen pasar baru.

Kondisi rendahnya rasio E1 atau piutang beredar bersih yang belum mencapai rasio 70% - 80% menjadi permasalahan yang dihadapi oleh CU Muara Kasih. Sebagai lembaga keuangan yang sumber pendapatan utamanya dari penyaluran kredit, maka akan timbul permasalahan akibat dari kredit tidak tersalurkan dengan baik. Pendapatan operasional tidak mampu menutupi biaya operasional, seperti beban bunga simpanan, biaya personalia, dan ketidakmampuan membentuk dana cadangan. Selain itu, kegiatan pemberdayaan kepada anggota menjadi terbatas.

Pembahasan mengenai ketidakseimbangan penawaran dan permintaan kredit umumnya identik dengan *credit crunch*. Secara umum, *credit crunch* didefinisikan sebagai kontraksi signifikan pada ketersediaan dana untuk kredit. Dengan demikian, maka bisa dikatakan bahwa *credit crunch* merupakan fenomena dari sisi penawaran. secara umum, kontraksi penawaran dapat disebabkan oleh dua sumber. Pertama, berasal dari otoritas yang menerapkan kebijakan kontraktif, seperti pengetatan ketentuan permodalan, pengetatan pengawasan penyaluran kredit, ataupun peningkatan suku bunga. Sedangkan sumber kedua berasal dari perilaku perbankan itu sendiri, baik dikarenakan oleh persepsi risiko yang tinggi maupun pemburukan kondisi keuangan perbankan (Maulana, 2021). Sedangkan penyebab rendahnya penyaluran kredit kepada anggota di CU Muara Kasih belum diketahui. Apabila rasio E1 tidak ideal, maka dalam jangka panjang dapat berdampak negatif bagi perkembangan CU Muara Kasih. Dalam mendukung pendapatannya, CU Muara Kasih hanya mengandalkan pendapatan dari non usaha, terutama dari penempatan dana di bank. Namun, kondisi suku bunga acuan BI yang juga turun berdampak pada pendapatan yang diterima CU Muara Kasih dari bunga bank juga menurun. Rerata bunga deposito yang diberikan oleh perbankan dengan jumlah

nominal deposito tertentu hanya maksimal 3,5% pa. Kondisi ini tentunya membuat kurang optimalnya pendapatan CU Muara Kasih.

Permasalahan ini penting untuk diteliti agar dapat memberikan gambaran bagi pengurus dan pengelola CU Muara Kasih, khususnya dan gerakan CU pada umumnya tentang penyebab rasio pinjaman beredar yang tidak ideal. Kondisi pinjaman beredar yang tidak ideal akan berdampak besar terhadap keberlanjutan CU Muara Kasih. Jika rasio E1 tidak membaik dapat menyebabkan CU Muara Kasih tidak memiliki kemampuan dalam membiayai operasionalnya sehingga dapat menyebabkan terjadinya kerugian usaha dan pelayanan non keuangan kepada anggota menjadi terganggu. Penelitian yang berkaitan dengan CU di Indonesia masih jarang sekali, apalagi terkait dengan pemasaran di CU. Penelitian terdahulu tentang CU di Indonesia, khususnya di Kalimantan Barat belum pernah menyoroti tentang pengaruh daya tarik tawaran pesaing, kemudahan pelayanan kredit dan kepuasan anggota terhadap keinginan meminjam anggota di CU. Hal ini yang menarik perhatian dan mendorong peneliti untuk mengkaji pengaruh daya tarik tawaran pesaing dan kemudahan pelayanan kredit terhadap keinginan meminjam dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan pada uraian tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Tawaran Pesaing dan Kemudahan Pelayanan Kredit Terhadap Keinginan Meminjam Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Anggota Credit Union Muara Kasih)”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Pernyataan Masalah**

Berdasarkan struktur keuangan efektif, bahwa rasio piutang beredar bersih (E1) setara dengan rasio simpanan sukarela/non saham (E5), yakni antara 70% - 80%. Sumber pendapatan utama CU Muara Kasih berasal dari balas jasa (bunga) pinjaman yang diperoleh melalui penyaluran kredit kepada anggota. Rasio E1 CU Muara Kasih per 30 Juni 2022 sebesar 46,15 sedangkan rasio E5 terhadap aset mencapai 74,45% (Laporan Manajemen PUSKOPCUINA, 31 Juli 2022). Mengacu

kepada struktur keuangan efektif seperti pada Tabel 1.5, maka rasio E1 belum ideal sedangkan rasio E5 ideal. Kondisi ini menunjukkan bahwa rasio E1 lebih rendah 28,30% dibandingkan dengan rasio E5.

Berdasarkan kondisi ini menunjukkan bahwa secara operasional CU lebih banyak menanggung beban balas jasa (bunga) simpanan anggota dibandingkan dengan menerima balas jasa pinjaman dari anggota. Seharusnya dana yang diperoleh dari anggota dalam bentuk simpanan dijual kembali kepada anggota dalam bentuk pinjaman dengan rasio keduanya seimbang agar kinerja keuangan CU Muara Kasih efektif. Perkembangan E1 CU Muara Kasih sampai dengan bulan Juni 2022 lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2015. Rasio E1 tertinggi pada tahun 2015 mencapai 53,84% sedangkan per 30 Juni 2022 rasio E1 sebesar 46,15%. Terjadi trend penurunan rasio pinjaman beredar bersih.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel daya tarik tawaran pesaing mempunyai pengaruh terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih?
2. Apakah variabel kemudahan pelayanan kredit mempunyai pengaruh terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih?
3. Apakah variabel daya tarik tawaran pesaing mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota CU Muara Kasih?
4. Apakah variabel kemudahan pelayanan kredit mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota CU Muara Kasih?
5. Apakah variabel kepuasan anggota mempunyai pengaruh terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih?
6. Apakah variabel daya tarik tawaran pesaing berpengaruh terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi?

7. Apakah variabel kemudahan pelayanan kredit berpengaruh terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji:

- 1 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik tawaran pesaing terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih.
- 2 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan pelayanan kredit terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih.
- 3 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik tawaran pesaing terhadap kepuasan anggota CU Muara Kasih.
- 4 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan pelayanan kredit terhadap kepuasan anggota di CU Muara Kasih.
- 5 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan anggota terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih.
- 6 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik tawaran pesaing terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih dengan kepuasan anggota meminjam sebagai variabel mediasi.
- 7 Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan pelayanan kredit terhadap keinginan meminjam anggota CU Muara Kasih dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi.

### **1.4. Kontribusi Penelitian**

#### **1.4.1. Kontribusi Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian lainnya yang terkait dengan kinerja CU atau pun yang terkait dengan daya tarik tawaran pesaing, kemudahan pelayanan kredit, kepuasan anggota dan keinginan meminjam anggota CU.

#### 1.4.2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pengurus dan pengelola CU Muara Kasih dalam merumuskan kebijakan perkreditan, menyediakan fasilitas layanan yang memudahkan anggota bertransaksi dan membuat strategi agar kredit beredarnya menuju rasio yang ideal.

#### 1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

CU memiliki misi ganda, yakni misi sosial dan misi ekonomi. Misi ekonomi CU menjadi lembaga keuangan yang aman dan sehat sehingga memperoleh kepercayaan masyarakat di semua wilayah pelayanan sedangkan misi sosial CU membantu anggota meningkatkan kualitas hidupnya dengan menyediakan produk keuangan dan pelayanan berkualitas dan memperkuat nilai-nilai moral mereka (Petebang, Noertjahyono, & Wakidi 2018).

Persaingan dalam industri keuangan tidak dapat dihindari, layanan keuangan yang disediakan oleh CU Muara Kasih hampir mirip dengan layanan keuangan yang disediakan oleh perbankan atau non perbankan lainnya. Hal ini menuntut CU Muara Kasih meningkatkan daya saingnya agar tetap menjadi pilihan bagi anggotanya. Pesaing bagi CU Muara Kasih dari perbankan, terutama bank yang menjadi penyalur KUR dan KPR bersubsidi karena CU Muara Kasih memiliki produk pinjaman untuk modal kerja dan kepemilikan/renovasi rumah. Selain itu, terdapat pesaing dari lembaga keuangan non bank, seperti KSP/CU lainnya, *leasing* dan pegadaian. Untuk KSP/CU lainnya memiliki karakteristik produk simpanan dan pinjaman yang hampir sama dengan CU Muara Kasih sedangkan untuk persaingan dengan *leasing* terkait dengan produk pinjaman kendaraan yang dimiliki oleh CU Muara Kasih. Persaingan dengan pegadaian dapat terjadi karena anggota memilih mengadaikan barangnya di pegadaian dibandingkan meminjam di CU Muara Kasih.

Daya tarik tawaran pesaing dapat berupa suku bunga pinjaman lebih rendah, jangka waktu pinjaman lebih panjang dan fleksibel, tenaga marketing aktif dan menarik dalam menawarkan pinjaman, dan jaminan pinjaman mudah dipenuhi. Tersedianya banyak alternatif tawaran produk yang sejenis akan mendorong

anggota beralih menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Dalam upaya mempertahankan daya saingnya, CU Muara Kasih selalu mereview tingkat balas jasa (bunga) pinjaman dalam perencanaan bisnis yang dilakukan setiap tahun. Tingkat balas jasa (bunga) pinjaman ditetapkan oleh Pengurus CU Muara Kasih bersama-sama dengan anggota dalam forum rapat anggota. Anggota yang melakukan pinjaman dibawah saldo simpanan dapat dicairkan pada saat pengajuan pinjaman tanpa memerlukan jaminan tambahan sedangkan pinjaman diatas saldo simpanan memerlukan jaminan tambahan yang ditentukan berdasarkan resiko kredit. Jaminan dapat berupa sertifikat tanah, BPKB kendaraan, dan jaminan lain yang relevan. Jangka waktu pinjaman bervariasi sesuai dengan jenis pinjaman yang diajukan oleh anggota, jangka waktu maksimal selama 180 bulan. Staf kredit memberikan pelayanan dengan cepat dan ramah, dan selalu berupaya untuk membangun suasana kekeluargaan dalam pelayanannya kepada anggota. CU Muara Kasih belum memiliki staf marketing yang bertugas untuk menawarkan pinjaman kepada anggota, hal ini karena keterbatasan jumlah staf yang dimiliki. Tugas pemasaran produk dan layanan masih menjadi tugas bersama.

Kemudahan pelayanan kredit menjadi faktor yang mempengaruhi anggota ingin meminjam. Indikator kemudahan pelayanan kredit berupa kemudahan persyaratan kredit, prosedur kredit mudah dan cepat, pencairan kredit mudah dan cepat, aplikasi mobile mempermudah transaksi pinjaman, dan waktu pelayanan kredit yang panjang dan fleksibel. Kemudahan pelayanan di era digitalisasi ini menjadi tantangan bagi lembaga keuangan manapun, tidak terkecuali CU Muara Kasih. Dalam memberikan pelayanan berbasis digital kepada anggota, CU Muara Kasih telah menggunakan *core* ESCETE dan *mobile* ESCETE. *Core* ESCETE merupakan suatu system aplikasi *core banking* untuk mencatat transaksi secara *online/real time* sampai kelaporan keuangan dengan menggunakan CoA standar dari PUSKOPCUINA. *Mobile* ESCETE merupakan satu aplikasi yang memudahkan anggota CU bertransaksi baik di CU maupun di luar CU seperti fitur transfer bank, transfer antar rekening dan antar CU, *bill payment* (pembelian paket datan dan pulsa HP, pulsa listrik, pembayaran tagihan PLN, pembayaran tagihan

TV kabel, top UP OVO, Dana, *Go Pay*, setor tarik di loket Sahabat Alfamart dan lainnya).

Pencairan pinjaman/kredit sesuai dengan jumlah pinjaman dan jenis pinjaman. Untuk pinjaman dibawah saldo simpanan dan jenis pinjaman menambah simpanan dapat dicairkan pada hari yang sama dengan pengajuan permohonan pinjaman oleh anggota. Sedangkan pinjaman diatas saldo simpanan, untuk keputusan persetujuan atau penolakan pengajuan pinjaman paling lambat 7 (tujuh hari) terhitung sejak dokumen masuk. Waktu pelayanan CU Muara Kasih pada hari Senin s.d. Jumat mulai pukul 07.30 s.d. 15.00 WIB sedangkan untuk hari Sabtu mulai pukul 07.30 s.d. 12.00 WIB. Anggota yang akan bertransaksi diluar waktu pelayanan atau anggota yang tidak mau datang ke kantor, misalnya untuk melakukukan pembayaran angsuran pinjaman dapat melakukan penyetoran melalui aplikasi *mobile ESCETE* CU Muara Kasih yang beroperasi selama 7 hari dan 24 jam.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan anggotanya, CU Muara Kasih memberikan pelayanan kepada anggota dengan empat ciri khas CU, yaitu simpan pinjam, pendidikan dan pelatihan, pemberdayaan anggota, dan solidaritas. Untuk mendukung kepuasan anggotanya, CU Muara Kasih menetapkan balas jasa (bunga) simpanan bersama anggota dalam forum Rapat Anggota Tahunan (RAT), karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Kepuasan anggota menentukan keberlanjutan CU Muara Kasih karena anggota yang puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan CU Muara Kasih akan menjadi anggota yang loyal dan sekaligus akan memanfaatkan produk dan layanan yang disediakan. Indikator kepuasan anggota berupa balas jasa (bunga) simpanan dan pinjaman, puas atas pelayanan karyawan, bangga menjadi anggota, dan produk simpanan dan pinjaman sesuai kebutuhan anggota.

Produk simpanan terdiri dari simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai simpanan kepemilikan. Simpanan sukarela terdiri dari simpanan THO HIW MK, OTO MK, GRIYA MK, PELITA MK, HOLY MK, HOKI MK, SIAGA MK, NEMO MK Berjangka, NEMO MK Harian, dan JANGKAR MK. Produk pinjaman

terdiri dari Pinjaman Menambah Simpanan (PMS), Pinjaman Cepat (PC), Pinjaman Serba Serbi (PSS), Pinjaman Mikro (PM), Pinjaman OTO (POT), Pinjaman GRIYA MK, Pinjaman PELITA MK, Pinjaman HOLY MK (Manual Operasional Produk dan Pelayanan CU Muara Kasih, 2022).

Produk solidaritas terdiri dari Solidaritas Kesehatan dan Solidaritas Duka Cita. Solidaritas Kesehatan merupakan produk solidaritas kesehatan yang wajib diikuti oleh semua anggota CU Muara Kasih untuk menyantuni anggota yang sakit dan rawat inap di rumah sakit, klinik, atau puskesmas. Setoran anggota Rp30.000,00/anggota/tahun dan bantuan Solidaritas Kesehatan yang diberikan CU Muara Kasih maksimal Rp600.000,00/anggota/tahun. Sedangkan Solidaritas Duka Cita adalah produk solidaritas yang diperuntukkan menyantuni ahli waris dari anggota Credit Union Muara Kasih yang meninggal dunia. Setoran anggota Rp50.000,00/anggota/tahun dan bantuan Solidaritas Duka Cita yang diberikan CU Muara Kasih sebesar Rp5.000.000,00/anggota.

Jalinan merupakan produk solidaritas antar anggota CU yang berupa perlindungan simpanan dan pinjaman, dalam pengelolaannya bekerjasama dengan pihak asuransi melalui PUSKOPCUINA. Sedangkan kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dilakukan berupa sosialisasi bagi calon anggota dan pendidikan wajib untuk anggota. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan kepada anggota melalui pendampingan usaha untuk kelompok binaan maupun perorangan.

Keinginan meminjam anggota menjadi perhatian CU Muara Kasih agar piutang beredar bersih dapat mencapai rasio yang ideal, yaitu 70%-80% dari aset. Untuk meningkatkan keinginan meminjam anggota, CU Muara Kasih secara rutin melakukan sosialisasi produk pinjaman kepada anggota, seperti dalam kegiatan pendidikan wajib anggota dan penyediaan informasi tentang produk pinjaman melalui pamphlet yang tersedia di Kantor CU Muara Kasih. Indikator keinginan meminjam dalam penelitian ini berupa memiliki keinginan meminjam, menjadi pilihan anggota untuk meminjam, merekomendasikan produk pinjaman kepada anggota lain, dan memiliki rasa ingin tahu tentang produk pinjaman.

Penelitian ini akan dilakukan pada CU Muara Kasih yang ada di Pontianak, Kalimantan Barat. CU Muara Kasih merupakan CU primer yang beranggotakan

orang-seorang. CU Muara Kasih menyelenggarakan usaha simpan pinjam dan untuk mendukung usaha tersebut memiliki produk simpanan dan pinjaman. Dalam melaksanakan usaha tersebut, CU Muara Kasih hanya melayani anggota sesuai prinsip koperasi dari, oleh dan untuk anggota.