

**ANALISIS CUSTOMER PROFITABILITY PADA KOPERASI SIMPAN  
PINJAM “DIASPORA”**

Sinta Wijayanti<sup>1</sup>, Yosua Damas Sadewo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Kristen Maranatha, Bandung Jawa Barat-Indonesia

<sup>2</sup>Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Kalimantan Barat

<sup>1</sup>E-mail: 2153015@bus.maranatha.edu

<sup>2</sup>E-mail: yosua.damas@shantibhuana.ac.id

Received: 08 November 2021; Accepted: 10 November 2021; Published: 01 Desember 2021

**Abstrak**

*The purpose of this study was to analyze Customer Profitability in the Diaspora Savings and Loans Cooperative (Credit Union). This research is a comparative quantitative research. The consumers studied were limited to debtor customers only. There are 4 consumer groups studied, where each group consists of 30 customers. Data were collected by using a documentary study technique by examining credit contracts and financial statements of each customer. The data were analyzed by means of a mean difference test with an independent sample t-test technique. The results showed that the groups of consumers who gave the highest profitability were the cheap and passive groups. Meanwhile, the consumer group that tends to harm the cooperative is the aggressive group. Thus, it is suggested to the cooperative manager to increase the number of consumers in the cheap and passive groups and reduce the number of consumers in the aggressive group.*

**Kata kunci:** *Customer Profitability; Credit Union, Diaspora*

**1. PENDAHULUAN**

Usaha bisnis bertujuan untuk menghasilkan profit yang diperoleh dari usaha yang dilakukan. Profit diperoleh dari pendapatan usaha dikurangi dengan biaya usaha. Secara sederhana, pendapatan diperoleh dari harga barang/jasa dikalikan dengan kuantitas yang dijual. Sedangkan biaya diperoleh dari penjumlahan antara biaya tetap (*fix cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Hal ini berlaku bagi usaha apapun, tanpa terkecuali sejauh usaha tersebut merupakan usaha yang *profit oriented*.

Koperasi Simpan Pinjam merupakan salah satu bentuk badan usaha yang berbentuk koperasi. Sebagaimana koperasi pada umumnya, Koperasi Simpan Pinjam juga bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya (Sattar, 2017). Bentuk koperasi ini dikembangkan

atas dasar pengembangan dari koperasi Raiffeisen yang pertama dikembangkan di negara Jerman (Sitio, Tamba, 2001).

Setiap perusahaan ataupun organisasi pasti menginginkan tujuannya tercapai secara efektif dan efisien. Terlebih lagi dalam situasi globalisasi seperti masa sekarang ini, perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan pesaingnya agar dapat bertahan (Agus, A. S., 2019). Sebagai badan usaha yang dimiliki oleh para anggotanya, nasabah dalam koperasi semestinya berisikan anggota-anggotanya. Nasabah yang dimaksud meliputi kreditur dan debitur. Kedua kelompok nasabah tersebut memiliki peran lending dan funding.

Konsep kerja Koperasi Simpan Pinjam sama seperti lembaga keuangan yang lain, yaitu menghimpun dana dari

masyarakat, dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat lain yang membutuhkan (Nurhayati, Nurpratama, Yudianto, 2020). Konsep ini kemudian diadopsi dalam bentuk koperasi yang mana masyarakat yang dimaksud adalah para anggota koperasi.

Kegiatan usaha Koperasi Simpan Pinjam sama dengan kegiatan yang dilakukan oleh koperasi pada umumnya. Kegiatan usaha dilaksanakan oleh pengawas dan pengurus koperasi yang juga merupakan anggota koperasi. Hal ini sama dengan prinsip dari koperasi itu sendiri, yaitu dari, oleh, dan untuk anggota (Yosefa, S.H., & Beni, S., 2020)

Pada prakteknya, konsep kerja Koperasi Simpan Pinjam banyak dimodifikasi untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh. Salah satu modifikasi konsep yang dilakukan adalah mencari anggota-anggota baru yang didasarkan atas kepentingan, baik kepentingan *funding* maupun *lending* Koperasi. Calon nasabah yang dianggap akan memberikan peluang maupun keuntungan dalam hal ini dapat dijadikan nasabah bagi koperasi. Selain itu, terdapat pula modifikasi yang lain, yaitu dengan memisahkan antara anggota dengan nasabah. Anggota merupakan pemilik koperasi yang pada umumnya menjadi kreditur dari koperasi. Sedangkan nasabah merupakan konsumen dari koperasi yang pada umumnya berperan sebagai debitur koperasi. Nasabah ini juga tidak diundang dalam Rapat Anggota Tahunan koperasi, dan tidak memiliki hak untuk ikut ambil bagian dalam pengambilan keputusan koperasi.

Tujuan koperasi untuk menyejahterakan anggotanya menunjukkan bahwa koperasi merupakan lembaga yang berorientasi profit. Oleh

karena itu, pengelolaan koperasi perlu dilaksanakan secara efektif dan efisien dengan tujuan untuk optimalisasi profit.

Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya, profit merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya yang dikeluarkan. Pendapatan dalam Koperasi Simpan Pinjam diperoleh dari para debitur dalam bentuk bunga yang dibayarkan sebagai balas jasa pinjaman yang diberikan Koperasi. Sedangkan biaya yang dikeluarkan meliputi biaya bunga bagi kreditur yang menyediakan dana, serta biaya layanan. Biaya layanan dapat berupa biaya pemasaran, biaya administrasi yang timbul, biaya survey kredit, serta biaya *collection*. Hal ini berlaku bagi Koperasi Simpan Pinjam manapun, termasuk salah satunya Koperasi Simpan Pinjam “Diaspora”.

Koperasi Simpan Pinjam “Diaspora” merupakan salah satu Koperasi Simpan Pinjam yang memiliki wilayah operasi di Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Koperasi ini memiliki ratusan nasabah, khususnya nasabah debitur. Suku bunga pinjaman yang berlaku saat ini sebesar 12% pertahun. Sedangkan bunga simpanan sebesar 8% pertahun. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, Koperasi Simpan Pinjam Diaspora menghadapi permasalahan rendahnya profit yang dihasilkan. Selama 2 tahun terakhir, target profit yang ditetapkan dalam Rapat Anggota Tahunan tidak pernah tercapai. Setelah diperdalam dengan wawancara, pihak pengurus koperasi menduga hal ini terjadi akibat tingginya biaya layanan konsumen pada beberapa kelompok konsumen tertentu. Sebagai contoh adalah konsumen-konsumen yang tidak tertib dalam mengangsur pinjaman. Hal ini

menimbulkan permasalahan tingginya biaya penagihan (*collection*) yang harus dikeluarkan oleh koperasi. Masalah rendahnya profit koperasi ini tentu tidak dapat dibiarkan begitu saja, karena apabila tidak segera diatasi, dikhawatirkan akan menimbulkan dampak kerugian yang lebih besar.

Bertolak dari permasalahan tersebut, maka sangatlah strategis apabila dilaksanakan penelitian mengenai analisis *customer profitability* pada Koperasi Simpan Pinjam Diaspora. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kelompok debitur mana saja yang memberikan keuntungan bagi koperasi, dan konsumen mana saja yang merugikan koperasi (Ward & Anandarajan, 1989). Hal ini menjadi penting untuk penetapan kebijakan kedepan supaya secara keseluruhan target profit koperasi dapat tercapai.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif komparatif (Sugiyono, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *customer profitability* antara satu kelompok konsumen dengan kelompok yang lain. Konsumen yang diteliti dibatasi hanya pada nasabah debitur saja. Terdapat 4 kelompok konsumen yang diteliti. Keempat kelompok tersebut merupakan kelompok debitur yang *passive*, *aggressive*, *savvy*, dan *cheap*. Setiap kelompok akan terdiri dari 30 orang nasabah.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2021 di Koperasi Simpan Pinjam Diaspora, Wonosobo. Data dikumpulkan dengan teknik studi dokumenter dengan memeriksa kontrak kredit dan laporan keuangan dari setiap nasabah. Nasabah yang diperiksa dokumennya adalah

mereka yang telah menyelesaikan setidaknya 1 periode pinjaman, dan saat ini sedang terikat kontrak pinjaman yang baru. Data yang dikumpulkan adalah data pinjaman sebelumnya yang sudah berstatus lunas. Data terdiri dari bunga yang dibayarkan oleh debitur serta biaya yang ditimbulkan dari usaha, yang meliputi biaya bunga bagi kreditur, biaya marketing, biaya survey, serta biaya penagihan angsuran. Data pendapatan dikurangi dengan biaya-biaya pada setiap debitur menjadi profit yang dikontribusikan oleh debitur kepada koperasi. Hal ini akan dinyatakan dalam persentase.

Setiap kreditur akan masuk dalam kelompok-kelompok konsumen. Data dari setiap kelompok konsumen akan terdiri dari rata-rata profit yang dikontribusikan oleh setiap kelompok. Data tersebut kemudian dianalisis dengan analisis uji beda *mean* dengan teknik independen *sample t-test*. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 2.5*. Profitabilitas kelompok *passive* akan dibandingkan dengan kelompok *cheap*, sedangkan kelompok *aggressive* akan dibandingkan dengan kelompok *savvy*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah dilaksanakan seperti rancangan yang telah disusun sebelumnya. Terdapat 120 orang debitur yang menjadi objek dalam penelitian ini. Setiap debitur memiliki kontribusi masing-masing terhadap Koperasi Simpan Pinjam Diaspora. Kontribusi tersebut berupa pendapatan bunga yang dibayarkan sebagai balas jasa terhadap pinjaman yang diberikan. Adapun besaran bunga pinjaman sebesar 12% pertahun flat selama masa pinjaman. Sedangkan biaya yang timbul dari

pinjaman ini utamanya adalah bunga untuk kreditur sebesar 8% pertahun flat. Selain itu ada pula biaya marketing, administrasi dan penagihan. Debitur dengan ketertiban pembayaran angsuran yang rendah cenderung membebani koperasi karena tingginya biaya penagihan.

Semua debitur yang diteliti dibagi dalam 4 kelompok, yaitu *passive*, *cheap*, *savvy* dan *aggressive*. Setiap kelompok terdiri dari 30 orang debitur. Kelompok *passive* akan dibandingkan dengan kelompok *cheap*, sedangkan kelompok

*savvy* dibandingkan dengan kelompok *aggressive*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh rata-rata persentase profit yang disumbangkan oleh setiap kelompok. Kelompok *passive* memberikan profit rata-rata sebesar 5,26% dengan standar deviasi sebesar 0,44. Kelompok *cheap* memberikan profit rata-rata sebesar 6,27% dengan standar deviasi 0,64. Kedua kelompok ini tampak memiliki perbedaan kontribusi.

Group Statistics

	Tipe_Konsumen	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Persentase_Profit	Passive	30	5.2672	.44885	.08195
	Cheap	30	6.2735	.64111	.11705

Hasil uji independen *sample t-test* yang dilakukan pada kedua kelompok menunjukkan konfirmasi terhadap hal tersebut. Perbedaan rata-rata sebesar -1,006 dengan nilai t sebesar -7,043. Nilai tersebut diterima pada tingkat kesalahan

0,000. Tingkat kesalahan tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara profitabilitas konsumen kelompok *passive* dan *cheap*.

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Persentase_Profit	Equal variances assumed	.950	.334	-7.043	58	.000	-1.00632	.14289	-1.29234	-.72031
	Equal variances not assumed			-7.043	51.922	.000	-1.00632	.14289	-1.29305	-.71959

Dalam hal ini, konsumen dari kelompok *cheap* memberikan kontribusi profit lebih besar dibandingkan dengan konsumen dari kelompok *passive*. Detail

dari perhitungan yang telah dilakukan ini dapat disimak dalam tabel di atas.

Selanjutnya, profitabilitas yang disumbangkan kelompok *aggressive* dibandingkan dengan profitabilitas dari kelompok *savvy*. Berdasarkan hasil

penelitian, persentase profit yang dihasilkan dari kelompok *aggressive* sebesar -1,95% dengan standar deviasi 3,23. Sedangkan kelompok *savvy*

memberikan profit rata-rata sebesar 0,24% dengan standar deviasi sebesar 1,34.

### Group Statistics

	Tipe_Konsumen	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Persentase_Profit	Aggressive	30	-1.9595	3.23610	.59083
	Savvy	30	.2495	1.34384	.24535

Perbedaan antara kelompok *aggressive* dan *savvy* adalah sebesar -2,209. Perbedaan ini kemudian diuji dengan *independent sample t-test*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t sebesar -3,453 yang signifikan pada 0,001. Besaran tingkat kesalahan tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu

0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok *aggressive* dan kelompok *savvy*, yang mana kelompok *savvy* lebih memberikan keuntungan bagi koperasi. Detail mengenai hal ini dapat disimak dalam tabel berikut ini.

### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Persentase_Profit	Equal variances assumed	17.912	.000	-3.453	58	.001	-2.20906	.63975	-3.48965	-.92847
	Equal variances not assumed			-3.453	38.713	.001	-2.20906	.63975	-3.50337	-.91474

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan tersebut, tampak bahwa setiap kelompok memberikan kontribusi profit masing-masing. Urutan besaran profit yang diberikan oleh setiap kelompok adalah sebagai berikut:

1. Kelompok *cheap* menjadi kelompok yang memberikan keuntungan terbesar bagi koperasi. Rata-rata persentase keuntungan yang disumbangkan sebesar 6,27% pertahun. Debitur pada kelompok ini memiliki karakteristik yang tertib dalam

mengangsur, namun hanya melakukan pinjaman dalam jumlah yang kecil (dibawah lima juta rupiah) dan dalam tenor angsuran yang relatif pendek (maksimal 1 tahun).

2. Kelompok *passive* menjadi kelompok yang juga memberikan keuntungan bagi koperasi meski keuntungan yang disumbangkan tidak sebanyak kelompok *cheap*. Kelompok *passive* ini memberikan keuntungan sebesar 5,26% pertahun. Debitur dalam kelompok ini adalah mereka

yang mengajukan pinjaman dalam jumlah besar (lebih dari lima juta rupiah), cenderung tertib dalam mengangsur, serta mengambil tenor yang relatif panjang (lebih dari 1 tahun).

3. Kelompok *savvy* menjadi kelompok yang hanya memberikan keuntungan sedikit bagi koperasi. Rata-rata persentase yang diberikan kelompok ini adalah 0,249% pertahun. Debitur pada kelompok ini memiliki ciri mengambil pinjaman dalam jumlah besar (lebih dari lima juta rupiah), cenderung mengangsur dalam tenor lama (lebih dari 1 tahun), dan tidak terlalu tertib dalam mengangsur.
4. Kelompok *aggressive* menjadi kelompok yang merugikan bagi koperasi. Kelompok ini memiliki ciri-ciri meminjam dalam nominal yang kecil (kurang dari lima juta rupiah), mengangsur dalam jangka yang pendek (kurang dari 1 tahun), namun dengan performa angsuran yang buruk (banyak terjadi keterlambatan angsuran).

Temuan penelitian ini menjadi penting bagi Koperasi Simpan Pinjam Diaspora. Analisis profitabilitas konsumen merupakan hal yang punya nilai strategis sebagaimana pernah diteliti oleh Raaij (2005).

Metode penghitungan profitabilitas konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara. Cara-cara tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi atau karakteristik dari perusahaan yang akan melakukan perhitungan. Salah satu komponen yang penting untuk diperhitungkan adalah *cost-to-serve* yang pernah diteliti oleh Guerreiro, Bio, Vazques, dan Merschmann (2008).

Dalam hal Koperasi Simpan Pinjam, *cost-to-serve* tersebut meliputi biaya marketing, biaya survey, serta biaya penagihan angsuran. Besaran biaya ini akan berbeda-beda antara satu nasabah dengan nasabah yang lain. Oleh karena itu, *cost-to-serve* merupakan bagian dari biaya variabel dalam konteks Koperasi Simpan Pinjam.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kelompok yang memberikan kontribusi profit yang tinggi pada koperasi adalah kelompok *cheap* dan kelompok *passive*. Sedangkan kelompok yang cenderung merugikan koperasi adalah kelompok *aggressive*.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, direkomendasikan kepada pengelola Koperasi Simpan Pinjam Diaspora untuk mempertahankan serta meningkatkan jumlah konsumen yang termasuk dalam kategori *cheap* dan *passive*. Sedangkan untuk konsumen yang termasuk kategori *aggressive* perlu dikurangi jumlahnya dengan cara tidak meloloskan pengajuan pinjaman ketika dilakukan survey.

#### 5. REFERENSI

- Agus, A. S. (2019). Analisis Rasio Profitabilitas Pada PT Bank Permata, Tbk. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 1-8. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v1i2.123>
- Guerreiro, R., Bio, S. R., Vazques, E., Merschmann, V. Cost-to-serve Measurement and Customer Profitability Analysis. *The International Journal fo Logistics Management*. Vol. 19 (3), 2008.
- Nurhayati, N., Nurpratama, M., Yudianto, A. 2020. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Bogor: LINDAN BESTARI

- Raiij, E. M. V. The Strategic Value of Customer Profitability Analysis. *Journal of Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 23 (4), 2005.
- Sattar, 2017. *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Sitio, A., Tamba, H. *Koperasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ward, K., Anandarajan, A. 1989. *Customer Profitability Analysis. A New Perspective*. Cranfield School of Management.
- Yosefa Sufiana, H., & Beni, S. (2020). Analisis Kinerja Keuangan pada Credit Union Bonaventura Tempat Pelayanan Ledo. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 10-14. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v2i1.131>

