

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, KEPEMIMPINAN, RISIKO SUKU
BUNGA TERHADAP KINERJA KEUANGAN
KOPERASI SIMPAN PINJAM**

Agnes Kartika Mutiara Sari *

Petrus Ridaryanto †

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of marketing strategy, leadership, and interest rate risk on the financial performance of Credit Unions. The sample of this study is 44 Credit Union members of the Credit Union Central of Jakarta. The author conducted a questionnaire survey to collect data and test the hypotheses developed in this study. The author sent the questionnaires to the boards and managers of the Credit Union. Regression analysis of multiple linear was applied to analyze the data. The results show that leadership has a positive and significant effect on the financial performance of Credit Unions. Marketing strategy and interest rate risk do not affect the Credit Union's financial performance.

Keywords: *marketing strategy, leadership, interest rate risk, financial performance, Credit Union*

1. PENDAHULUAN

Koperasi merupakan badan usaha yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian di Indonesia. Koperasi dimiliki dan juga dioperasikan oleh anggota serta bertujuan memenuhi kebutuhan bersama. Definisi koperasi berdasarkan UU No. 25 / 1992 adalah badan usaha yang memiliki anggota perseorang ataupun badan hukum koperasi, yang setiap kegiatannya dilaksanakan berdasarkan prinsip koperasi serta sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar pada asas kekeluargaan.

Koperasi simpan pinjam adalah jenis koperasi yang menjalankan fungsinya sama dengan bank dan lembaga keuangan lainnya, yaitu menghimpun dana serta menyediakan layanan dana dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Koperasi termasuk di dalam kategori badan usaha nonprofit. Pengertian nonprofit tersebut dibatasi pada pengertian bahwa koperasi hanya melayani anggota sehingga keuntungan/profit yang diperoleh dari anggota akan didistribusikan kembali kepada anggota. Meskipun tujuan lembaga ini bukan untuk menghasilkan keuntungan, koperasi harus beroperasi dan memperoleh hasil yang menjamin keseimbangan keuangan.

* Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, agnes.202100120005@student.atmajaya.ac.id

† Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, petrus.rd@atmajaya.ac.id

Kinerja koperasi dapat dijadikan indikator untuk mengetahui apakah suatu koperasi mampu mencapai tujuannya secara efektif dan efisiensi. Studi tentang kinerja koperasi termasuk di Brasil menyoroti rendahnya efisiensi dan pentingnya volume sumber daya pada kinerja keuangan mereka (Favalli *et al.*, 2020). Kinerja yang negatif dapat dievaluasi menurut variabel yang terkait dengan rasio *leverage* dengan mengamati aktivitas keuangan mendasar, yaitu aktivitas pinjaman (Aur lio Marques Ferreira *et al.*, 2007). Teori Market Based View (MBV) dan Resourced Based View (RBV) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh faktor dari internal dan eksternal perusahaan (Tvorik & Mcgovern, 1997). Dalam teori ini dinyatakan bahwa posisi unik dari perilaku strategik perusahaan ketika menanggapi persaingan pasar dapat menentukan kinerja suatu perusahaan (Hoskisson, Hitt, & Ireland, 2004).

Peran setiap sumber daya dipengaruhi oleh (1) konteks dari lingkungan persaingan (Makhija, 2003; Mcgahan & Porter, 1986; Roquebert *et al.*, 1986); (2) konteks industri (Mcgahan & Porter, 1986; Silverman *et al.*, 1986). Guna meningkatkan daya saing koperasi dalam menghadapi perubahan dunia yang sangat dinamis, dibutuhkan pengetahuan mengenai para pelanggan dan permintaannya. Maka koperasi harus mampu menentukan strategi pemasaran dengan baik. Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses menciptakan nilai konsumen. Strategi pemasaran dapat dijadikan alat dalam memandu manajer ataupun pemilik perusahaan untuk membuat strategi dan meningkatkan tujuan perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara atau berhubungan pada kinerja organisasional (Hidayat *et al.*, 2014; Jaakkola *et al.*, 2010; Maree Gurney BBus, 2009; Neill & Rose, 2006; Notta, 2014).

Lingkungan kerja pada sektor jasa keuangan secara umum digambarkan sebagai lingkungan dengan karyawan berada dalam kondisi kerja emosional akibat jadwal kerja yang sangat sibuk (Lavee, 2022). Oleh karena itu, sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai pemimpin yang efektif, yang memiliki kompetensi, komitmen, dan integritas untuk memperluas pertumbuhan yang luar biasa. Kepemimpinan merupakan awal untuk memulai peningkatan daya saing perusahaan dan meningkatkan kinerjanya secara konstan (Paais *et al.*, 2020). Hal tersebut juga didukung oleh fakta bahwa perubahan yang terjadi dalam lingkungan

bisnis global yang menunjukkan bisnis yang beroperasi membuat pemimpin menemukan cara baru untuk beroperasi secara efektif mengatasi tantangan yang berkaitan dengan kepemimpinan (Biron *et al.*, 2021) Beberapa penelitian juga menemukan bahwa kepemimpinan berpengaruh langsung pada kinerja organisasi (Juliana, 2011; Katz dan Kahn, 1978; Peter dan Waterman, 1982; Elenkov dan Manev, 2005), tetapi peneliti lainnya meragukan bahwa kepemimpinan mempunyai pengaruh yang substantial dan langsung terhadap kinerja sebuah organisasi (Meindl, Erliic, Duderich, 1985; Pfeffer, 1977b) yang menyatakan bahwa kinerja organisasi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berada di luar kekuasaan pemimpin, seperti kondisi ekonomi, kondisi pasar, kebijakan pemerintah, dan perubahan teknologi.

Salah satu risiko yang dihadapi oleh koperasi adalah risiko suku bunga. Risiko suku bunga merupakan salah satu kegiatan usaha koperasi, yaitu memberikan layanan pinjaman kepada anggota dan menerima simpanan dari para anggota. Risiko suku bunga adalah potensi kerugian karena adanya perubahan pergerakan arah suku bunga. Berdasarkan hasil penelitian Almehdawe *et al.* (2021), suku bunga memiliki signifikansi positif terhadap profitabilitas Credit Union. Pengaruh Net Interest Margin (NIM) terhadap ROA didukung oleh penelitian López-Penabad *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa suku bunga memengaruhi profitabilitas.

Penelitian lain mengenai pengaruh risiko bank terhadap profitabilitas menggunakan menggunakan rasio keuangan memberikan hasil yang beragam dan tidak meyakinkan. Abdelaziz *et al.* (2020) berpendapat bahwa masing-masing bank memiliki risiko yang berbeda. Al-Slehat, (2022); Ekinci & Poyraz (2019); Ishtiaq, n.d.; Kumar & Kumar (2015); Musiega *et al.* (2017) menemukan bahwa risiko suku bunga berpengaruh pada kinerja. Tan (2016) menemukan bahwa risiko bank tidak berdampak kuat terhadap matriks profitabilitas di Cina. Kolapo dan Fapetu (2015) menemukan bahwa risiko suku bunga berpengaruh lemah pada kinerja perbankan Nigeria selama periode 2002 hingga 2011. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh strategi pemasaran, kepemimpinan, dan risiko suku bunga terhadap kinerja keuangan koperasi simpan pinjam.

2. TINJAUAN LITERATUR

Teori *Market Based View* (MBV)

Teori MBV menyatakan bahwa posisi unik perilaku stratejik perusahaan dalam menanggapi persaingan pasar menentukan kinerja perusahaan (Hoskisson *et al.*, 2004). Teori ini menekankan bahwa peran pasar yang kompetitif menjadi hal yang penting dalam menentukan perilaku perusahaan sehingga dapat memberikan implikasi terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang superior dipengaruhi oleh posisi unik perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif. Lima kekuatan persaingan terdiri atas kekuatan pembeli, ancaman pesaing baru, kekuatan pemasok, ancaman substitusi, dan intensitas persaingan. Posisi unik untuk memperoleh keunggulan daya saing dan kinerja superior dapat diperoleh dengan menerapkan salah satu strategi generik, yaitu biaya rendah, keunikan produk, dan fokus (Porter, 1990).

Teori *Resource Based View* (RBV)

Teori RBV dinyatakan pertama kali oleh Wernerfelt (1984) dalam artikel yang berjudul “A Resources-based view of the firm”. Ia menyatakan bahwa sumber daya yang ada pada perusahaan dapat dijadikan keunggulan bersaing sehingga mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang lebih baik. Dalam teori ini dibahas berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengolah, mengelola, dan memanfaatkannya. Menurut Barney dan Clark (2007), ada tiga jenis sumber daya perusahaan, yaitu sumber daya fisik (teknologi, bangunan, dan peralatan), sumber daya manusia (wawasan, pelatihan, pengalaman), dan sumber daya organisasi (struktur formal).

Kinerja keuangan menurut Rudianto (2013) adalah “Hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu.” Kinerja keuangan diartikan sebagai analisis yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan suatu perusahaan telah tercapai. Misalnya, membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar serta ketentuan yang berlaku dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*).

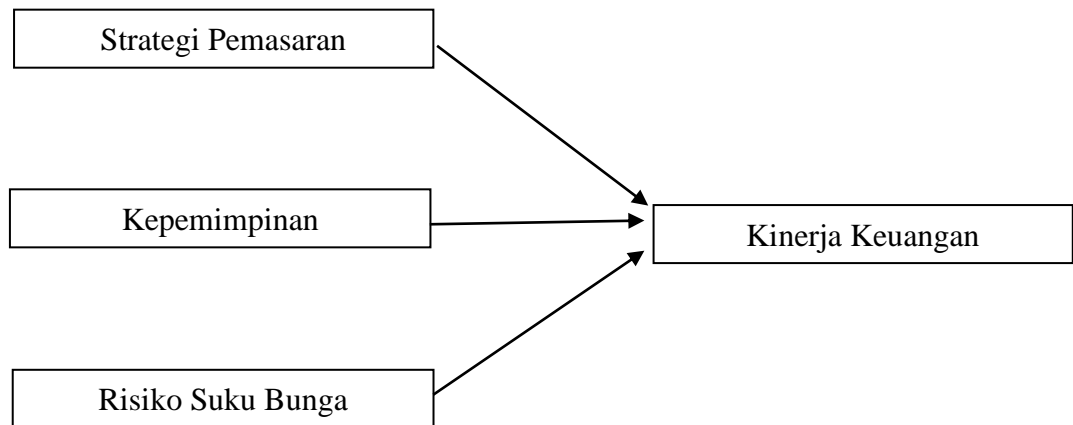
Ukuran kinerja keuangan yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis adalah profit/laba yang dihasilkan perusahaan. Salah satu indikator yang umum digunakan untuk mengukur kinerja koperasi ialah perkembangan sisa hasil usaha (Tambunan, 2009).

Pemasaran adalah alat penting untuk membangun hubungan pelanggan dan merek yang kuat. Kotler dan Armstrong (2014) menyebutkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi konsumen serta untuk membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umumnya (American Marketing Association, 2007).

Kepemimpinan memiliki pengaruh yang kuat terhadap efektivitas dan kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Madanchian dan Taherdoost (2019) menyatakan bahwa efektivitas pemimpin merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Iqbal dan Ahmad (2021) agar dapat mengungguli pesaingnya, perusahaan perlu berfokus pada efektivitas kepemimpinan mereka. Hal ini karena pemimpin memainkan peran penting dalam perusahaan, pemimpin akan menilai lingkungan eksternal dan memberikan arahan kepada bawahan bagaimana cara mengatasi hambatan untuk memastikan terjadinya pertumbuhan (Lin *et al.*, 2020). Hendricks dan Ludeman (1997) berpendapat bahwa pemimpin yang berhasil membawa perusahaan ke puncak kesuksesan adalah pemimpin yang memiliki integritas, terinspirasi oleh visi, mampu menerima kritik, terbuka, rendah hati, mampu memahami orang lain dengan baik, mengenal diri sendiri dengan baik, memiliki spiritualitas yang tinggi dan selalu mengupayakan yang terbaik bagi diri mereka sendiri atau orang lain. Waener dan Mahoney (1981) menemukan bahwa kepemimpinan dapat menjelaskan 44% dari varians dalam laba per total aset.

Rose dan Hudgins (2008) menyebutkan bahwa risiko suku bunga merupakan dampak perubahan suku bunga terhadap margin laba lembaga keuangan. Risikonya berupa pendapatan dari aset produktif akan menurun atau beban bunga akan naik secara signifikan. Hal tersebut dapat menekan selisih antara pendapatan dan beban sehingga mengurangi laba bersih. Rose dan Hudgins (2008) menjelaskan bahwa pergerakan suku bunga juga dapat berdampak kuat pada margin pendapatan.

Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan

Koperasi dikatakan bertumbuh dan sejahtera apabila secara efisien mampu memenuhi kebutuhan anggotanya. Kebutuhan tersebut akan terus berubah mengikuti perkembangan lingkungan yang begitu cepat. Koperasi juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemberdayaan anggota dengan menumbuhkan iklim usaha yang baik. Koperasi perlu menciptakan model bisnis baru yang mampu memenuhi kebutuhan pasar, merespon, dan mengubah ekosistem bisnis tempat mereka beroperasi. Salah satu aspek yang harus diperhatikan dalam upaya pemberdayaan anggota adalah pemasaran.

Strategi pemasaran bertujuan menumbuhkan loyalitas anggota serta mengembangkan potensi penambahan jumlah anggota. Dalam strategi pemasaran perlu dipertimbangkan beberapa faktor kunci. Salah satunya adalah peranan koperasi saat ini dan peran yang diinginkan pada masa yang akan datang. Suatu konsep penting dalam mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan posisi pasar adalah dengan berbagai produk dan kelompok pasar, berbagai kekuatan dan kelemahan suatu koperasi. Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses menciptakan nilai konsumen.

Proses dapat dimulai dengan cara memahami kebutuhan pasar, keinginan konsumen, dan bagaimana proses mengelola hubungan dengan konsumennya. Maka nilai merek dan nilai perusahaan akan meningkat sebagai imbalan atas kepuasan dan inovasi yang telah diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya (Serenia &

Hatane, 2015). Morgan (2012) menjelaskan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang menyebabkan suatu perusahaan lebih unggul daripada perusahaan yang lain. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara atau berhubungan pada kinerja organisasi (Hidayat, *et al.*, 2014; Jaakkola, *et al.*, 2010; Hopper, T., 2006; Koksal & Ozgul, 2007; Neill S., & Rose G.M., 2006).

H-1: Strategi pemasaran berpengaruh positif pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam

Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam

Kepemimpinan merupakan salah satu elemen kunci keberhasilan suatu koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam yang berhasil mencapai sarasannya ialah koperasi yang memiliki kepemimpinan yang efektif. Keterampilan memimpin yang dimiliki seorang manajer dapat membantu meningkatkan efektivitasnya untuk memengaruhi dan mengelola orang lain.

RBV menyatakan pandangan bahwa sumber daya menjanjikan dan memberikan wawasan betapa pentingnya sumber daya internal dalam upaya mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Perspektif ini menyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah fungsi keberhasilan seorang pimpinan (manajer) dalam membangun organisasinya dalam rangka mempertahankan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (Barney & Clark, 2007). Perusahaan yang memiliki kompetensi yang bernilai dan langka akan mendapatkan keunggulan bersaing yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Gibson, *et al.*, (2000), maju-mundurnya suatu perusahaan akan bergantung pada kepemimpinannya dalam mengelola organisasi karena loyalitas dan disiplin karyawan akan memberikan dukungan terhadap pemimpin yang bertanggung jawab dan berdedikasi tinggi.

H-2: Kepemimpinan berpengaruh positif pada kinerja keuangan

Pengaruh Risiko Suku Bunga terhadap Kinerja Keuangan

Risiko merupakan ketidakpastian yang terkait dengan suatu peristiwa atau kejadian dalam rangka mencapai tujuan atau hasil. Dalam usaha simpan pinjam, ketidakpastian terutama disebabkan oleh ketidaksempurnaan pengetahuan tentang permintaan akan pinjaman dan *supply* dana simpanan. Salah satu risiko dalam usaha simpan pinjam adalah risiko suku bunga, yaitu kemungkinan akan berubahnya

tingkat suku bunga. Suatu koperasi simpan pinjam yang telah mengumpulkan dana dari simpanan dan investasi jangka pendek bisa tiba-tiba mendapatkan bahwa biaya dana yang harus disediakan meningkat. Risiko suku bunga menyebabkan penurunan laba karena fluktuasi tidak terduga (Al-Slehat, 2022; Ekinici & Poyraz, 2019; Ishtiaq, n.d.; Kumar & Kumar, 2015). Suku bunga berdampak negatif terhadap asset bank dan pendapatan yang dihasilkan oleh bank.

H-3: Risiko suku bunga berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan

3. METODE PENELITIAN

Target populasi dalam penelitian ini adalah koperasi-koperasi yang terdaftar sebagai anggota Puskopdit Jakarta periode 2022. Jumlah populasi penelitian adalah 44 koperasi simpan pinjam. Responden pada penelitian ini adalah para pengurus dan manajer koperasi simpan pinjam.

Instrumen Penelitian

Variabel Dependen

Dalam penelitian ini variabel dependennya ialah kinerja keuangan. Kinerja keuangan menurut Rudianto (2013) adalah “Hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu.” Pengukuran kinerja keuangan menggunakan empat pertanyaan yang dikembangkan oleh Nguyen *et al.*, (2021), Gani & Jermias (2006) yang terdiri atas pertanyaan tentang rasio pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset, dan pertumbuhan pendapatan.

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini ialah strategi pemasaran, kepemimpinan, dan risiko tingkat bunga. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan tepat akan meningkatkan efektivitas pemasaran. Tujuan strategi pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya (American Marketing Association, 2007). Variabel strategi pemasaran diukur dengan menggunakan empat pertanyaan yang dikembangkan oleh Belas *et al.* (2022).

Kepemimpinan adalah kemampuan seseorang dalam memengaruhi, menggerakkan, serta mengarahkan tingkah laku seseorang atau kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Variabel kepemimpinan diukur dengan menggunakan daftar pertanyaan seperti yang terdapat pada jurnal *Assessment of Leadership Effectiveness Dimensions in Small & Medium Enterprises* (Madanchian & Taherdoost, 2019). Risiko tingkat bunga adalah risiko perubahan tingkat bunga pinjaman di bank (The British Standards Institution, 2018). Dalam usaha simpan pinjam, ketidakpastian terutama disebabkan oleh ketidaksempurnaan pengetahuan tentang permintaan akan pinjaman dan *supply* dana simpanan. Variabel risiko suku bunga pada penelitian ini diukur dengan menggunakan empat pertanyaan yang dikembangkan oleh Oana (2021).

Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Dengan model penelitian sebagai berikut :

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= kinerja keuangan
α	= konstanta
β_1 - β_4	= koefisien regresi
X1	= strategi pemasaran
X2	= kepemimpinan
X3	= risiko suku bunga
e	= standar <i>error</i>

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini diawali dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item kuesioner penelitian memiliki nilai korelasi di atas 0,5. Hal tersebut berarti semua variabel kinerja keuangan, strategi pemasaran, gaya kepemimpinan, dan risiko suku bunga dianggap valid dan dapat digunakan untuk

mengukur variabel yang diteliti. Adapun hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil yang baik, yaitu koefisien reliabilitas memiliki nilai di atas 0,6. Hal tersebut berarti bahwa data penelitian yang diperoleh dari instrumen layak digunakan untuk mengetahui dan menguji permasalahan yang akan diteliti.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Keuangan	44	1.75	5.00	3.3409	0.91036
Strategi Pemasaran	44	1.75	5.00	3.3788	0.72458
Kepemimpinan	44	1.33	5.00	4.3750	0.76724
Risiko Suku Bunga	44	1.00	5.00	4.1250	0.66144

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif semua variabel yang digunakan dalam analisis statistik. Jumlah data yang diolah sebanyak 44 data. Rata-rata respon terhadap kinerja keuangan adalah 3,3409, artinya setuju, dan nilai minimum 1,75, artinya tidak setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Arjuna, dan maksimum 5,00, artinya sangat setuju merupakan jawaban Koperasi Sejahtera. Rata-rata respon terhadap strategi pemasaran adalah 3,3788, artinya setuju dengan nilai minimum 1,75, artinya setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Utama dan maksimum 5,00, artinya sangat setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Bahtera. Rata-rata respon terhadap kepemimpinan adalah 4,375 artinya setuju dengan nilai minimum 1,33, artinya tidak setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Sumber Dana dan maksimum 5, artinya sangat setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Sejahtera. Rata-rata respon terhadap risiko suku bunga adalah 4,125, artinya setuju dengan nilai minimum 1, artinya sangat tidak setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Persada dan maksimum 5 artinya sangat setuju merupakan jawaban Koperasi Primer Amanah.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov > 0.05 . Hal tersebut berarti bahwa semua variabel bebas yang akan diteliti baik strategi pemasaran, gaya kepemimpinan, maupun risiko suku bunga telah memenuhi kaidah normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa *collinearity statistics* VIF menunjukkan nilai pada 1 atau $<$ dari 10 dan nilai *tolerance* < 1 . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang akan diteliti bebas dari multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (D-W) adalah 1.702 yang menunjukkan bahwa nilai D-W ada di antara 1.6647749 sampai dengan 2.3308; dengan demikian, variabel yang akan diteliti tidak ada masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastis menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima, yaitu tidak ada masalah heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.267	.212	.80822

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kepemimpinan, Risiko Suku Bunga

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil uji statistik SPSS menunjukkan bahwa tingkat keeratan antara ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat sangat lemah. Hal ini ditunjukkan dari nilai R Square 0,267 (Tabel 2) yang berarti bahwa hubungan antara ketiga variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat hanya sebesar 26,7%. Dengan demikian, variabel kinerja keuangan hanya bisa dijelaskan oleh variabel strategi

pemasaran, gaya kepemimpinan, risiko suku bunga sebesar 26,7% dan 73,3% dijelaskan oleh variabel yang lain.

Hasil Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.508	3	3.169	4.852	.006 ^b
	Residual	26.129	40	.653		
	Total	35.636	43			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kepemimpinan, Risiko Suku Bunga

Dari uji F (Tabel 3) dihasilkan nilai 4,852 dengan tingkat signifikansi $0,006 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel bebas yang meliputi strategi pemasaran, gaya kepemimpinan, dan risiko suku bunga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan.

Hasil Uji t

Tabel 4 . Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	.964		
	Strategi Pemasaran	.303	.199	.241	1.519	.137
	Kepemimpinan	.539	.223	.454	2.414	.020
	Risiko Suku Bunga	.243	.246	-.177	-.987	-.329

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Dari Tabel 4 uji t menghasilkan nilai 0,137 untuk variabel strategi pemasaran dan 0,329 untuk variabel risiko suku bunga dengan tingkat signifikansi kedua variabel tersebut $> 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak atau dapat dikatakan tidak ada pengaruh antara strategi pemasaran dan risiko suku bunga terhadap kinerja

keuangan. Variabel gaya kepemimpinan memiliki nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ dan dapat dikatakan bahwa gaya kepemimpinan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pembahasan

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam

Hasil pengujian statistik (uji t) pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai $t = 0,137 > 0,05$, artinya strategi pemasaran tidak berpengaruh pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Hasil ini menolak hipotesis pertama bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena strategi pemasaran yang dilakukan oleh koperasi simpan pinjam di wilayah Puskopdit Jakarta belum dilakukan secara optimal. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dalam menerapkan strategi pemasaran secara digital. Faktor lain yang berpengaruh adalah karakteristik yang dimiliki oleh koperasi simpan pinjam, yaitu anggota adalah pemilik yang kegiatan usahanya adalah kepada anggota dan anggota sudah memahami mengenai hak dan kewajiban.

Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam

Hasil pengujian statistik (uji t) pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai $t = 0,020 < 0,05$. Artinya, kepemimpinan berpengaruh pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan positif pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Katz dan Kahn, 1978; Peter dan Waterman, 1982; Elenkov dan Manev, 2005 bahwa kepemimpinan berpengaruh langsung pada kinerja organisasi. Kepemimpinan merupakan suatu elemen kunci bagi keberhasilan suatu koperasi simpan pinjam.

Berdasarkan hasil tersebut di atas, koperasi dengan kepemimpinan yang efektif maka kinerja keuangannya akan meningkat. Hal tersebut disebabkan keterampilan memimpin yang dimiliki seorang manajer dapat membantu meningkatkan efektivitasnya untuk memengaruhi dan mengelola orang lain. Sikap atau gaya dari pengurus dan manajer koperasi simpan pinjam membentuk budaya yang selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada anggota, menghargai

masing-masing individu, dan membina kerja sama yang baik akan sangat memengaruhi loyalitas anggota terhadap koperasi. Simpulan ini juga mendukung teori RBV bahwa sumber daya yang ada akan meningkatkan kinerja perusahaan; sumber daya dalam hal ini ada pengurus koperasi yang kompeten.

Hasil ini sejalan dengan teori RBV yang menyatakan bahwa pandangan berbasis sumber daya menjanjikan dan memberikan wawasan betapa pentingnya sumber daya internal dalam upaya mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Perspektif ini menyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah fungsi keberhasilan seorang pimpinan (manajer) dalam membangun organisasinya dalam rangka mempertahankan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (Barney & Clark, 2007). Perusahaan yang memiliki kompetensi yang bernilai dan langka akan mendapatkan keunggulan bersaing yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya.

Pengaruh Risiko Suku Bunga terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam

Hasil pengujian statistik (uji t) pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai t $0.329 > 0,05$. Artinya, risiko suku bunga tidak berpengaruh pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Risiko suku bunga dalam usaha simpan pinjam merupakan kemungkinan akan berubahnya tingkat suku bunga. Koperasi simpan pinjam yang telah mengumpulkan dana dari simpanan dan investasi jangka pendek bisa tiba-tiba mendapatkan bahwa biaya dana yang harus disediakan meningkat. Jika telanjur mengikatkan uangnya pada suatu pinjaman jangka menengah atau panjang, koperasi ini dapat menyebabkan turunnya perolehan sisa hasil usaha dan kemungkinan mengalami kerugian.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ishtiaq (2015); Ekinci dan Poyraz (2019); Stavroula (2009); Mohammad dkk. (2020); Kumar (2015); Bess (2010) yang menyatakan bahwa risiko suku bunga menyebabkan penurunan laba karena fluktuasi yang tak terduga. Suku bunga berdampak negatif terhadap aset bank dan pendapatan yang dihasilkan oleh bank. Risiko suku bunga tidak berpengaruh signifikan pada kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Hal tersebut dapat disebabkan penelitian ini mengambil sampel dari koperasi simpan pinjam yang anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pelanggan. Kegiatan usaha koperasi dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota, yaitu dana dihimpun

dari anggota dan disalurkan kembali kepada anggota. Semua kebijakan termasuk penentuan tingkat suku bunga simpanan dan pinjaman adalah hasil keputusan yang disepakati dalam rapat anggota yang dihadiri oleh anggota koperasi simpan pinjam.

Faktor lain yang berpengaruh ialah citra koperasi sendiri. Hasil diskusi langsung dengan pengurus dan manajer koperasi simpan pinjam menyebutkan bahwa anggota memilih untuk tetap bertransaksi di koperasi karena anggota mendapatkan pelayanan yang baik dan ramah, adanya fungsi konsultasi kepada anggota, dan juga keuntungan yang diperoleh oleh koperasi akan kembali lagi kepada anggota dalam bentuk sisa hasil usaha yang akan dibagikan setelah rapat anggota tahunan. Hal tersebut yang mampu meningkatkan kepercayaan anggota kepada koperasi.

5.SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh strategi pemasaran, gaya epemimpinan, dan risiko suku bunga terhadap kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan *purposive sampling* atas koperasi simpan pinjam anggota Pusat Koperasi Kredit Jakarta sehingga diperoleh 44 observasi.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut. Pertama, strategi pemasaran tidak memengaruhi kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Kedua, gaya kepemimpinan yang efektif mampu meningkatkan kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Ketiga, risiko suku bunga tidak memengaruhi kinerja keuangan koperasi simpan pinjam. Mengingat pengurus koperasi sangat berperan dalam meningkatkan kinerja koperasi primer, koperasi harus selalu meningkatkan kemampuan pengurus koperasi melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendidikan formal. Dalam penelitian selanjutnya untuk pengukuran kinerja koperasi dapat digunakan pengukuran kinerja secara kuantitatif

DAFTAR RUJUKAN

- Almehdawe, E., Khan, S., Lamsal, M., & Poirier, A. (2021). Factors Affecting Canadian Credit Unions' Financial Performance. *Agricultural Finance Review*, 81(1), 51–75. <https://doi.org/10.1108/AFR-06-2019-0065>
- Al-Slehat, Z. A. F. (2022). Effect of Interest Rate Risk on Financial Performance the Mediating Role of Banking Security Degree: Evidence from the Financial Sector in Jordan. *Business: Theory and Practice*, 23(1), 165–174. <https://doi.org/10.3846/btp.2022.13884>
- Aurélio Marques Ferreira, M., Maria Lima Gonçalves, R., & José Braga, M. (2007). InvestIgação do desempenho das cooperatIvas de crédito de mInas gerais por meio da análise envoltória de dados (dea) (Issue 11). *JulHo-SETEMBRo*.
- Barney Jay B., & Clark Delwyn N. (2007). Resource-Based Theory Creating and Sustaining Competitive Advantage.
- Belas, J., Gavurova, B., Novotna, L., & Smrcka, L. (2022). Examination of Differences in Using Marketing Tools in The Management of SMES in the Visegrád Group Countries. *Amfiteatru Economic*, 24(60), 447–463. <https://doi.org/10.24818/EA/2022/60/447>
- Biron, M., de Cieri, H., Fulmer, I., Lin, C. H. (Veronica), Mayrhofer, W., Nyfoudi, M., Sanders, K., Shipton, H., & Sun, J. M. (James). (2021). Structuring for Innovative Responses to Human Resource Challenges: A Skunk Works Approach. *Human Resource Management Review*, 31(2): 16 pages, <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2020.100768>
- Ekinci, R., & Poyraz, G. (2019). The Effect of Credit Risk on Financial Performance of Deposit Banks in Turkey. *Procedia Computer Science*, 158, 979–987. <https://doi.org/10.1016/J.PROCS.2019.09.139>
- Favalli, R. T., Gori Maia, A., & da Silveira, J. M. F. J. (2020). Governance and Financial Efficiency of Brazilian Credit Unions. *RAUSP Management Journal*, 55(3), 355–373. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-02-2019-0018>
- Gani, L., & Jermias, J. (2006). Investigating the Effect of Board Independence on Performance across Different Strategies. *International Journal of Accounting*, 41(3), 295–314. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2006.07.009>
- Hidayat, C., Putong, I., Rini, ;, & Sari, K. (2014). Interdependensi Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Perusahaan (Suatu Penelitian pada Perusahaan Asuransi Indonesia yang Sudah Go Public). In *BINUS Business Review*. 5(1):18-27.
- Hoskisson, R. E., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Harrison, J. S. (2004). Competing for Advantage. <https://www.researchgate.net/publication/235476076>
- Iqbal, Q., & Ahmad, N. H. (2021). Sustainable Development: The Colors of Sustainable Leadership in Learning Organization. *Sustainable Development*, 29(1), 108–119. <https://doi.org/10.1002/SD.2135>

- Ishtiaq, M. (n.d.). Risk Management in Banks: Determination of Practices and Relationship with Performance.
- Jaakkola, M., Möller, K., Parvinen, P., Evanschitzky, H., & Mühlbacher, H. (2010). Strategic Marketing and Business Performance: A Study in Three European “Engineering Countries.” *Industrial Marketing Management*, 39(8), 1300–1310. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.06.005>
- Juliana, C. (2011). Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Organisasi melalui Budaya, Strategi, dan Sistem Akuntansi Manajemen. Disertasi tidak diterbitkan, Universitas Indonesia, Depok.
- Kolapo, F. T., & Fapetu, D. (2015). The Influence of Interest Rate Risk on the Performance of Deposit Money Banks in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom*, III(5). <http://ijecm.co.uk/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing. www.mymktlab.com
- Kumar, S., & Kumar, Sharad. (2015). Knowledge Bank’s. *S International Journal Of Multidisciplinary Studies*, I(I). www.ignited.in
- Lavee, E. (2022). Walking the Talk of Social Equity? Street-Level Bureaucrats’ Decisionmaking about the Provision of Personal Resources. *American Review of Public Administration*, 52(1), 3–14. <https://doi.org/10.1177/02750740211050577>
- Lin, C. pei, Xian, J., Li, B., & Huang, H. (2020). Transformational Leadership and Employees’ Thriving at Work: The Mediating Roles of Challenge-Hindrance Stressors. *Frontiers in Psychology*, 11, 1400. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2020.01400/BIBTEX>
- López-Penabad, M. C., Iglesias-Casal, A., & Silva Neto, J. F. (2022). Effects of a Negative Interest Rate Policy in Bank Profitability and Risk Taking: Evidence from European Banks. *Research in International Business and Finance*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101597>
- Madanchian, M., & Taherdoost, H. (2019). Assessment of Leadership Effectiveness Dimensions in Small and Medium Enterprises (SMEs). *Procedia Manufacturing*, 32, 1035–1042. <https://doi.org/10.1016/J.PROMFG.2019.02.318>
- Makhija, M. (2003). *Strategic Management Journal*, 24 (5):433-451. ABI/Inform Collection.
- Maree Gurney BBus, T. (2009). Marketing Strategy and Organisational Strategy: A Study of Regional Private Hospitals.
- McGahan, A. M. ;, & Porter, M. E. (1986). How Much Does Industry Matter, Really? In *Strategic Management Journal*, 18 (Summer Special Issue): 15-30.
- Musiega, M., Olweny, T., Mukanzi, C., Musiega Student Jomo, M., & Mutua, M. S. (2017). Influence of Interest Rate Risk on Performance of Commercial

- Banks in Kenya. In *Economics and Finance Review*, 5(02): 14-23.
<http://www.businessjournalz.org/efr>
- Neill, S., & Rose, G. M. (2006). The Effect of Strategic Complexity on Marketing Strategy and Organizational Performance. *Journal of Business Research*, 59(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.12.001>
- Nguyen, H., Hoang, T., Tran, M., Hai, T., Nguyen, Y., Dinh, D., & Truong, D. D. (2021). The Influence of Competitive Advantage on Financial Performance: A Case Study of SMEs in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 335–0343. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0335>
- Notta, O. (2014). Marketing Strategies and Performance during Economic Crisis. <https://www.researchgate.net/publication/289250934>
- Oana, C. (2021). Bank Risk Management Case Study: Transilvania Bank. In *Journal of Information Systems & Operations Management*, 15(2): 51-63.
- Paais, M., & Pattiruhu, J. R. (2020). Effect of Motivation, Leadership, and Organizational Culture on Satisfaction and Employee Performance. *Journal of Asian Finance*, 7(8), 577–588. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.577>
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Roquebert, J. A., Phillips, R. L., & Westfall, P. A. (1986). Markets Vs. Management: What “Drives” Profitability? In *Strategic Management Journal*, 17 (8): 653-664.
- Rose, & Hudgins. (2008). *Bank Management and Financial Services, Seventh Edition II. Financial Statements and Financial Firm Performance 6. Measuring and Evaluating the Performance of Banks and Their Principal Competitors CHAPTER SIX*. www.ffiec.gov/
- Silverman, B. S. ;, Nickerson, J. A. ;, & Freeman, J. (1986). Profitability, Transactional Alignment, and Organizational Mortali. *Strategic Management Journal*, 18 (summer 1997 special issue): 31-52
- Tan, Y. (2016). The Impacts of Risk and Competition on Bank Profitability in China. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 40, 85–110. <https://doi.org/10.1016/J.INTFIN.2015.09.003>
- Tvorik, S. J., & Mcgivern, M. H. (1997). Determinants of Organizational Performance. *Management Decision*, 35(No. 6), 417–435. <https://doi.org/10.1108/00251749710173797>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.