

## REPUTASI: BAGAIMANA PENGUKURANNYA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI KOTA MALANG

Hanif Rani Iswari<sup>1\*)</sup>, Choirul Anam<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, Malang

\*Email Korespondensi: [rani@widyagama.ac.id](mailto:rani@widyagama.ac.id)

### ABSTRAK

Mengidentifikasi dan menentukan skala pengukuran indikator reputasi pada Koperasi Simpan Pinjam. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *Focus Group Discussion*. Informan penelitian ini terdiri dari anggota Koperasi Simpan Pinjam di Kecamatan Blimbing, Kecamatan Klojen, Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Lowokwaru, dan Kecamatan Sukun di Kota Malang. Analisis data dengan cara menuliskan suatu sipnosis singkat mengenai apa yang telah disampaikan peserta dalam diskusi FGD dan memberikan interpretasi terhadap tanggapan yang diberikan. Temuan penelitian menunjukkan indikator faktor-faktor yang membentuk reputasi yang sesuai dengan Koperasi Simpan Pinjam Dari masing-masing faktor pembentuk tersebut diperoleh beberapa item penjelas indikator yang sesuai untuk mengukur reputasi Koperasi Simpan Pinjam.

**Kata kunci:** Reputasi, Koperasi Simpan Pinjam.

### ABSTRACT

Identify and determine the scale of measurement of reputation indicators in Savings and Loans Cooperatives. This study uses qualitative research with a Focus Group Discussion approach. The informants of this research consisted of members of the Savings and Loans Cooperative in Blimbing District, Klojen District, Kedungkandang District, Lowokwaru District, and Sukun District in Malang City. The data analysis was done by writing a brief diagnosis of what the participants had said in the FGD discussion and providing interpretations of the responses given. The research findings show the indicators of the factors that make up the reputation of the Savings and Loans Cooperative which consist of cooperative internal governance mechanisms and knowledge management support and sustainable cooperative movements. From each of these forming factors, several items that explain the reputation indicators of the Savings and Loans Cooperative are obtained.

**Keywords:** Reputation, Savings and Loans Cooperatives.

### PENDAHULUAN

Pada abad 21 saat ini paradigma reputasi bagi perusahaan merupakan keunggulan kompetitif. Teori legitimasi menyebutkan bahwa reputasi merupakan potensi agar bisnis terus bertahan [1] sehingga dengan adanya reputasi dapat menghasilkan nilai ekonomi bagi perusahaan [2] termasuk bagi organisasi berbentuk koperasi. Koperasi menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang. Badan Hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan [3]. Hal ini telah dibuktikan pada beberapa koperasi yang sukses seperti Koperasi Simpan Pinjam "Jasa" (Kospin Jasa) Pekalongan yang asetnya sekitar Rp1,8 triliun telah dapat menarik anggota sekitar 8.145 [4]. Letak keberhasilan mereka yang utama adalah pada kemampuannya untuk bertahan (*sustainability*) secara mandiri sehingga memiliki reputasi yang baik terutama di kalangan anggota koperasi [5].

Reputasi menjadi sangat penting karena berdampak langsung pada *sustainability* perusahaan ataupun entitas bisnis lainnya seperti koperasi simpan pinjam. *Sustainability*

adalah bentuk kebijakan pemerintah untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan di sektor Koperasi guna menciptakan reputasi koperasi yang berlandaskan prinsip sosial budaya, dan ekonomi yang melekat pada koperasi (Fombrun, 2005; Hillebrand dan Money, 2007 dalam Walker et al, 2010)[6]. Lebih lanjut dalam penelitian Mohamad *et al* (2013) pada gerakan koperasi di Malaysia, *sustainability* membuat koperasi memiliki reputasi yang baik [7]. Aliansi Koperasi Internasional (*International Co-operative Alliance* (ICA)) sejak tahun 2013 bahkan mengambil tindakan dalam arah *sustainability* koperasi di seluruh dunia. Namun demikian, *Sustainability* koperasi di Kota Malang masih jauh dari harapan. Data tahun 2015 menyebutkan bahwa dari 767 koperasi di Kota Malang terdapat 365 yang sudah tidak aktif, bahkan 50 diantaranya berpotensi dibubarkan [8]. Selain itu, pada tahun 2017 hanya 25% koperasi berjenis simpan pinjam yang mampu bertahan dan berkontribusi pada ekonomi kota Malang [9].

Penelitian ini mengeksplorasi indikator pengukuran *corporate reputation* pada Koperasi Simpan Pinjam di Kota Malang di beberapa kecamatan sesuai informasi Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang dimana angka kegagalan koperasi simpan pinjam di Kota Malang pada kecamatan tersebut cukup tinggi disebabkan oleh tata kelola yang kurang baik dan pengelolaan pengetahuan yang kurang mumpuni sehingga berdampak pada reputasi dan keberlangsungan usaha [9]. Penelitian ini memandang fenomena dan permasalahan diatas sebagai *urgensi* penelitian, mengingat koperasi merupakan “soko guru perekonomian Indonesia” sehingga diperlukan model strategi untuk meningkatkan reputasi koperasi khususnya pada koperasi berjenis simpan pinjam, karena melalui koperasi simpan pinjam inilah kompetensi dan profesionalitas akan menghasilkan kegiatan dan pelayanan yang mendorong munculnya diversifikasi usaha sebagai salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan perekonomian anggota itu sendiri maupun masyarakat masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *Focus Group Discussion*. Setting penelitian dilakukan di Koperasi Simpan Pinjam yang berada di lima Kecamatan Kota Malang, yaitu Kecamatan Blimbing, Kecamatan Kedungkadang, Kecamatan Klojen, Kecamatan Lowokwaru, dan Kecamatan Sukun. Informan kunci pada penelitian ini adalah anggota koperasi dengan kriteria memiliki pengalaman pada Koperasi Simpan Pinjam, sehingga dalam pemberian informasi, data yang didapat mengenai tanggapan informan mengenai reputasi koperasi simpan pinjam. Analisis data dilakukan dengan tiga tahap. Tahap pertama, menyusun kerangka indikator dengan cara mencari jurnal internasional yang memiliki pernyataan indikator pengukuran variabel. Tahap kedua, menyusun indikator berdasarkan penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan kondisi subjek penelitian yakni koperasi simpan pinjam sehingga dapat tersusunnya pedoman FGD, tahap ketiga adalah menuliskan suatu sinopsis singkat mengenai apa yang telah disampaikan peserta dalam diskusi FGD dan memberikan interpretasi terhadap tanggapan yang diberikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Langkah 1: Pengembangan Skala**

Variabel reputasi akan dikembangkan berdasarkan item penelitian sebelumnya yakni [10] *Corporate reputation: Meaning and measurement. International Journal of Management Reviews, 7(2), 91-109*[10]. Dengan menggunakan item penelitian sebelumnya, item untuk reputasi koperasi disusun dan disesuaikan dengan kondisi koperasi. Umpan balik dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang sesuai untuk mengembangkan item pengukuran.

## Langkah 2: Focus Group Discussion

Berdasarkan rujukan-rujukan yang telah dijelaskan pada langkah pertama, selanjutnya mengembangkan menjadi kuesioner tentang reputasi untuk Koperasi Simpan Pinjam sebagai tabel 1 berikut:

Tabel 1. Dimensi Reputasi

Dimensi	Indikator
<b>Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Koperasi mendukung adanya penerapan tanggung jawab sosial (CSR) kepada masyarakat</li><li>2. Koperasi bertanggung jawab dengan lingkungan disekitarnya</li><li>3. Koperasi mempertahankan hubungan yang baik dengan pihak di luar Koperasi</li></ol>
<b>Kinerja Keuangan</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Koperasi memiliki keuntungan yang tinggi dari tahun ke tahun</li><li>2. Investasi di Koperasi memiliki risiko yang rendah</li><li>3. Koperasi mampu melebihi kinerja pesaing</li><li>4. Koperasi memiliki kemungkinan pertumbuhan yang kuat di masa depan</li></ol>

Berdasarkan hasil penyusunan definisi operasional yang telah disusun dengan mengadopsi penelitian [10], berikutnya membuat poin-poin pertanyaan berkaitan dengan reputasi dari hasil kuesioner dijadikan sebuah pedoman diskusi (*Focus Group Discussion*).

Diskusi melalui FGD yang telah dilaksanakan sebanyak dua kali memperoleh informasi konkret mengenai gerakan koperasi yang menghasilkan reputasi koperasi. Informan adalah perwakilan anggota koperasi simpan pinjam di setiap kecamatan tertuju. Informan tersebut terdiri dari RS, LF, CA, HRN, Ag, EO, IdN, ANG, Z, DC. Berikut pendapat-pendapat dari anggota koperasi:

RS adalah salah satu anggota koperasi perwakilan kecamatan Klojen. RS menyebutkan: "*reputasi koperasi dapat dilihat dari rasa kepercayaan di masing-masing anggota saat pelaksanaan rapat RAT*". Disamping itu, RS (2019) menambahkan terkait "*ruangan yang memiliki nilai ergonomis dan fasilitas yang memadai untuk mendukung kinerja karyawan*". Dan bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan oleh koperasi adalah "*memberikan sumbangan kepada masyarakat saat mereka ada acara*". Untuk permasalahan seperti produk dan layanan, visi dan kepemimpinan, dan kinerja keuangan tidak mengetahui secara pasti.

CA merupakan salah satu anggota koperasi perwakilan kecamatan Kedungkandang. CA (2019) menegaskan bahwa "*untuk dapat memberikan reputasi yang baik, kepercayaan sangatlah dijunjung tinggi agar dapat memberikan kontribusinya kepada koperasi*". CA (2019) menambahkan "*tanggung jawab sosial yang diberikan oleh koperasi seperti dana bergulir*". "*Kinerja keuangan baik, jika dalam simpan pinjamnya menggunakan sistem tanggung renteng, dimana sistem tersebut ditanggung oleh kelompok dan koperasi guna meningkatkan kinerja keuangan*" (CA, 2019). Beberapa item telah terjawab di reputasi, namun produk dan pelayanan, visi dan kepemimpinan belum terjawab secara pasti.

IdN merupakan salah satu perwakilan anggota koperasi dari kecamatan Sukun, berkaitan "*reputasi koperasi sendiri harus ada rasa saling percaya sesama anggota koperasi, pengurus dan masyarakat (goodwill) dan meningkatnya volume penjualan*".

Z adalah salah satu perwakilan koperasi simpan pinjam dari kecamatan Blimbing, persepsi dari Z tentang reputasi Koperasi Simpan Pinjam: "*reputasi itu dibangun dari internal, sehingga koperasi simpan pinjam harus berjalan sesuai dengan capaian tujuan koperasi itu sendiri, capaian tujuan koperasi bisa efektif maupun tidak efektif. Kalo efektif semua pengurus maupun anggota koperasi harus bersinergi, efektifitas pun juga bisa*

berkaitan dengan komitmen anggota koperasinya dalam mengembangkan koperasi yang ditempati serta adanya daya dukung dari beberapa pihak untuk mewujudkan tata kelola koperasi yang baik” (Z, 2019).

Ag adalah salah satu perwakilan koperasi simpan pinjam dari kecamatan klojen, menurut Ag (2019) terkait bantuan yang dilakukan oleh koperasi “seperti modal usaha”, untuk menumbuhkan rasa kepercayaan menurut Ag (2019) adalah “dengan cara berpartisipasi dan mengajak masyarakat untuk memeriahkan kegiatan koperasi seperti HUT Koperasi, bakti sosial dan sebagainya”. Bagi Ag (2019) “koperasi selalu berinovasi dari tahun ke tahun untuk dapat berkelanjutan, seperti kemajuan teknologi, peningkatan dari segi pelayanan”.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang telah disampaikan oleh informan, maka terdapat penguat sebagai penunjang dari pakar koperasi yaitu AHD maupun pihak pemerintah disektor koperasi IM.

Menurut AHD (2019) “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. (Badan Usaha)”. Artinya, “jika mengacu pada UU No. 25 // 1992 Koperasi mempunyai 2 (dua) arti, yaitu: Koperasi, merupakan Badan Usaha (Lembaga Privat) dan Koperasi, merupakan Gerakan Ekonomi Rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan (Lembaga Publik), untuk jenis koperasi simpan pinjam sendiri merupakan koperasi kredit yang menghimpun simpanan dari anggota koperasi”.

AHD (2019) menambahkan “nilai koperasi memiliki dua macam, baik material dan non-material, untuk keberlanjutannya koperasi juga harus melihat dari beberapa faktor seperti pendekatan internal (misal: organisasi dan efek koperasi) dan pendekatan eksternal (misal: ekonomi, politik, hukum, kebijakan pemerintah, sistem pengelolaan, dan kondisi lingkungan)”.

Menurut AHD (2019) “pada pendekatan internal organisasi di koperasi seperti peningkatan anggota koperasi, peningkatan modal, peningkatan volume usaha, serta peningkatan pelayanan kepada anggota dan masyarakat. Sedangkan, pendekatan internal dari sudut efek koperasi terdiri dari produktifitas, efektifitas, adil, dan mantap”.

Menurut IM (2019) “koperasi di Malang banyak, sekitar 180an. Namun, koperasi dengan jumlah tersebut terkadang rajin dan tidak rajin melaporkan keuangan”.

Im (2019) menjelaskan “koperasi yang dulu dengan koperasi yang sekarang memiliki sistem pelaporan keuangan yang berbeda, kalo dulu harus menyertakan secara fisik, sekarang ini tinggal di upload melalui aplikasi. Jadi, pengurus harus mendaftarkan dulu koperasinya, jika sudah disetujui baru mengupload pelaporan-pelaporan keuangannya”. Im (2019) menambahkan “aplikasi yang digunakan untuk melaporkan keuangan koperasi sistem bernama ODS (Online Database System) yang dapat di download lewat aplikasi playstore”.

Adapun hasil FGD dan pendapat dari ahli perkoperasian, reputasi adalah suatu yang berbeda dari abstrak, tetapi mempunyai pendekatan orientasi pada kesan dari adanya suatu merk. Reputasi merupakan faktor yang penting bagi perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan bisnis (Casey, 2006; O'Rourke, 2004).

RS (2019) mengungkapkan “reputasi koperasi dapat dilihat dari rasa kepercayaan di masing-masing anggota saat pelaksanaan rapat RAT”. Disamping itu, RS (2019) menambahkan terkait “ruangan yang memiliki nilai ergonomis dan fasilitas yang memadai untuk mendukung kinerja karyawan”. Dan bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan oleh koperasi adalah “memberikan sumbangan kepada masyarakat saat mereka ada acara”.

CA (2019) menegaskan bahwa “untuk dapat memberikan reputasi yang baik, kepercayaan sangatlah dijunjung tinggi agar dapat memberikan kontribusinya kepada koperasi”. CA (2019) menambahkan “tanggung jawab sosial yang diberikan oleh koperasi

seperti dana bergulir”. “Kinerja keuangan baik, jika dalam simpan pinjamnya menggunakan sistem tanggung renteng, dimana sistem tersebut ditanggung oleh kelompok dan koperasi guna meningkatkan kinerja keuangan” (CA, 2019). Sedangkan, IdN (2019) menanggapi “untuk reputasi koperasi sendiri harus ada rasa saling percaya sesama anggota koperasi, pengurus dan masyarakat (*goodwell*) dan meningkatnya volume penjualan”.

Menurut Ag (2019) menumbuhkan rasa kepercayaan adalah “dengan cara berpartisipasi dan mengajak masyarakat untuk memeriahkan kegiatan koperasi seperti HUT Koperasi, bakti sosial dan sebagainya”. AHD (2019) menambahkan “nilai koperasi memiliki dua macam, baik material dan non-material, untuk keberlanjutannya koperasi juga harus melihat dari beberapa faktor seperti pendekatan internal (misal: organisasi dan efek koperasi) dan pendekatan eksternal (misal: ekonomi, politik, hukum, kebijakan pemerintah, sistem pengelolaan, dan kondisi lingkungan)”.

Temuan dari hasil *Focus Group Discussion* konsisten dengan penelitian [10] yang menjelaskan reputasi terdiri dimensi kinerja keuangan, dan tanggung jawab sosial[10]. Namun, item masing-masing dimensi tersebut disesuaikan dengan masing-masing landasan koperasi di berbagai wilayah sesuai dengan yuridis hukum dan kondisi terkait lainnya. Di kota Malang yang tunduk dengan hukum yuridis Negara Indonesia dan beberapa kondisi terkait diperoleh adanya tambahan dimensi penjas untuk mengukur reputasi koperasi simpan pinjam yakni daya tarik emosional, produk dan layanan, visi dan kepemimpinan, dan lingkungan tempat kerja yang mampu mendukung nilai kepercayaan atas Koperasi Simpan Pinjam sebagai tabel 2 berikut:

Tabel 2. Dimensi tambahan Reputasi

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
<b>Daya Tarik Emosional</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa nyaman dengan kondisi tempat kerja saya</li> <li>2. Saya menghormati koperasi tempat kerja saya</li> <li>3. Saya percaya dengan koperasi ini</li> </ol>
<b>Produk dan Pelayanan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koperasi percaya dengan produk dan pelayanan yang mereka tawarkan</li> <li>2. Koperasi mengembangkan produk dan pelayanannya</li> <li>3. Koperasi menawarkan kualitas yang tinggi untuk produk dan pelayanannya</li> <li>4. Produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan</li> </ol>
<b>Visi dan Kepemimpinan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengawas koperasi memiliki jiwa kepemimpinan yang baik</li> <li>2. Pengurus koperasi memiliki jiwa kepemimpinan yang baik</li> <li>3. Pendamping koperasi memiliki jiwa kepemimpinan yang baik</li> <li>4. Anggota koperasi memiliki jiwa kepemimpinan yang baik</li> <li>5. Pengawas memiliki kejelasan visi misi untuk masa depan</li> <li>6. Pengurus memiliki kejelasan visi misi untuk masa depan</li> <li>7. Pendamping memiliki kejelasan visi misi untuk masa depan</li> <li>8. Anggota memiliki kejelasan visi misi untuk masa depan</li> <li>9. Pengawas menyadari dan memanfaatkan keuntungan pasar</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"><li>10. Pengurus menyadari dan memanfaatkan keuntungan pasar</li><li>11. Pendamping menyadari dan memanfaatkan keuntungan pasar</li><li>12. Anggota menyadari dan memanfaatkan keuntungan pasar</li></ol>
<b>Lingkungan Tempat Kerja</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tempat kerja di Koperasi sudah tertata dengan baik</li><li>2. Koperasi ini merupakan tempat yang baik untuk bekerja</li><li>3. Koperasi ini memiliki karyawan yang baik dalam bekerja</li></ol>

## KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pemilihan indikator (melalui jurnal internasional), diskusi dengan koperasi dan UKM serta penggerak koperasi di Kota Malang, dan pelaksanaan FGD, maka indikator pengukuran dapat benar-benar dideskripsikan atau sesuai dengan kebutuhan Koperasi Simpan Pinjam. Hasil melalui FGD dapat dijadikan rujukan penelitian berikutnya dengan menggunakan alat analisis CFA untuk dapat mengukur temuan baik indikator-indikator yang dihasilkan dari proses FGD tersebut. Keterbatasan penelitian terletak pada proses menggali informasi dari keseluruhan responden karena tidak semua responden merasa terbuka dan berkenan menceritakan kondisi yang dialami. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan observasi silang antara anggota, pengurus ataupun pengawas di dalam Koperasi tersebut, sehingga meningkatkan objektivitas penelitian.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh responden di Koperasi Simpan Pinjam Kota Malang dan penggerak koperasi Kota Malang. Selain itu, tidak lupa kami menyampaikan terimakasih kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang.

## REFERENSI

- [1] D. Nicolò. (2015). *Towards a Theory on Corporate Reputation and Survival of Young Firms*. *Procedia Econ. Financ.* [http://doi: 10.1016/s2212-5671\(15\)00289-0](http://doi: 10.1016/s2212-5671(15)00289-0).
- [2] C. Maden, E. Arıkan, E. E. Telci, and D. Kantur. (2012). *Linking Corporate Social Responsibility to Corporate Reputation: A Study on Understanding Behavioral Consequences*. *Procedia - Soc. Behav. Sci.* <http://doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1043>.
- [3] Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. 1992.
- [4] M. D. Rahardjo. (2011). *Koperasi Sukses Indonesia. J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep.* <http://doi: 10.30588/jmp.v1i1.61>.
- [5] Andansari, Raharjo, and Andini. (2016). *Pengaruh Return On Equity (ROE), Price Earning Ratio (PER), Total Asset Turn OVER (TATO) dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Return Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2014)*. *J. Account.*, vol. 2, no. 2, <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/469>.
- [6] M. Walker, B. Heere, M. M. Parent, and D. Drane. (2010). *Social responsibility and the olympic games: The mediating role of consumer attributions*. *J. Bus. Ethics.* <http://doi: 10.1007/s10551-010-0445-x>.

- [7] M. Mohamad, I. W. Othman, and A. Mohamed. (2013). Accountability Issues and Challenges: The Scenario for Malaysian Cooperative Movement. *Int. J. Econ. Manag. Eng.*
- [8] Beritasatu. (2015). 365 Koperasi di Malang 'Mati Suri'. [Online]. Tersedia pada <https://www.beritasatu.com/beritasatu/nasional/267814/365-koperasi-di-malang-mati-suri> (accessed Nov. 01, 2019).
- [9] Media Center Kendedes Kota Malang. (2016). Daftar Koperasi Tidak Aktif di Kota Malang. [Online]. Tersedia pada <https://mediacenter.malangkota.go.id/2016/11/daftar-koperasi-tidak-aktif-di-kota-malang/> (accessed Nov. 01, 2019).
- [10] R. Chun. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *Int. J. Manag. Rev.* [http://doi: 10.1111/j.1468-2370.2005.00109.x](http://doi:10.1111/j.1468-2370.2005.00109.x).

