

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROSEDUR KREDIT, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KREDIT UMKM

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PROCEDURES, AND PROMOTION TO DECISION IN TAKING CREDIT

Oleh: Anaga Bramantyo
Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
bramantyoanaga@gmail.com
Endra Murti Sagoro
Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, prosedur kredit, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengambil kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam. Penelitian ini termasuk penelitian kausal asosiatif. Sampel penelitian ini sebanyak 300 UMKM di Kecamatan Salam dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* dan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB kecamatan Salam dengan t_{hitung} (5,972) dan signifikansinya 0,000, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Prosedur Kredit terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB kecamatan Salam dengan t_{hitung} (7,214) dan signifikansinya yaitu 0,000, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB Kecamatan Salam dengan t_{hitung} (6,288) dan signifikansinya yaitu 0,000, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB kecamatan Salam dengan F_{hitung} (28,796) > F_{tabel} (2,635) dan signifikansinya 0,00.

Kata kunci: Kualitas layanan, Prosedur Kredit, Promosi, Keputusan Mengambil Kredit.

Abstract

The aims of this research was to determine the effect of quality service, credit procedures, and promotion simultanly to the decisions of small medium enterprise (SMEs) in taking credit to Non Bank Financial (NBF) Is in Salam. The population sample was 300 SMEs in Salam. Sampling technique that is used simple random sampling. The data analysis used was simple linear regression and multiple linear regression. The results showed that (1) there is a positive and significant effect of Quality Service with $t_{counted}$ (5,972) and the significance value 0.000, (2) there is a positive and significant effectof Credit Decision $t_{counted}$ (7.214) and the significance value less than 0.000, (3) there is positive and significant effect ofpromotion $t_{counted}$ (6.288) and t_{table} (1.967) with the significance value 0.000, (4) there is positive and significant effect of quality of service, credit Procedures, and Promotion simultaneously $F_{counted}$ (28.796) and F_{table} (2.635) and have significance 0.000.

Keyword: Service Quality, Credit Procedures, Promotion, Credit Taking Decision.

PENDAHULUAN

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting bagi perekonomian negara, ditinjau dari segi jumlah usaha dan segi penciptaan lapangan pekerjaan. Selain itu UMKM juga mempunyai peran penting dalam pertumbuhan PDB dan ekspor nonmigas, khususnya ekspor barang-barang manufaktur (Tambunan, 2001). Hal ini terbukti pada masa krisis ekonomi tahun 90 an, ketika banyak industri gulung tikar, namun kebanyakan UMKM tetap bertahan dan eksis.

Rata-rata idealnya UMKM pada suatu negara yaitu sebesar 4 persen dari total jumlah seluruh penduduk. "Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyebutkan jumlah wirausahawan Indonesia hanya 1,9 persen dari 250 juta penduduk". Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa Indonesia masih sangat kurang jumlah wirausahawan atau pelaku UMKM. Banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia sehingga mereka kurang berkembang. Banyak UMKM yang tidak mampu bertahan lama dikarenakan kesulitan dalam persaingan bisnis dan ada juga UMKM yang *stagnan* tidak bisa mengembangkan usahanya.

Masalah utama yang dihadapi UMKM untuk mengembangkan dan menumbuhkan bisnisnya yaitu berasal dari tidak adanya modal yang memadai. Hal ini dikarena UMKM memerlukan pendanaan modal yang dapat diperoleh dari pemberian kredit pada bank dan lembaga keuangan bukan bank. Banyak UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya sulitnya mencari pinjaman Bank ataupun lembaga penyedia pinjaman modal lainnya dikarenakan laporan yang digunakan oleh UMKM masih menggunakan laporan keuangan yang sederhana. Masih kurangnya pengetahuan tentang cara untuk dapat meminjam pada lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan lainnya menjadi salah satu hambatan pelaku atau pemilik UMKM dalam mencari pinjaman modal.

Persepsi pemilik UMKM dalam memilih pendanaan kreditnya didasarkan pada pengetahuan yang dimiliki terhadap prosedur pemberian kredit, jaminan yang dibutuhkan dalam pinjaman kredit, bunga dalam pemberian, promosi yang dilakukan dan kualitas pelayanan yang ada. Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi kredit adalah Faktor Lokasi, Kualitas Layanan dan Prosedur

Kredit dari bank atau lembaga keuangan yang menawarkan kredit bagi nasabah. Banyak lembaga keuangan bukan bank dan lembaga keuangan bank yang menyediakan jasa pinjaman kredit. Di daerah pedesaan khususnya di Kecamatan Salam, dari segi lokasi lembaga keuangan bukan bank lebih dekat dan banyak dibandingkan dengan lembaga keuangan bank, selain itu kualitas pelayanan yang ada juga tidak kalah. Prosedur kredit yang ada pada lembaga keuangan bukan bank dinilai sederhana dan mudah dipahami oleh calon peminjam atau nasabah.

Di Kecamatan Salam Kabupaten Magelang terdapat 1.197 UMKM yang tercatat di Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang. Mayoritas penduduk di daerah tersebut bekerja sebagai petani dan pengusaha. Usaha-usaha yang ada adalah usaha gula kelapa, tempe, batu bata, bengkel, kusen,permen tape, depo pasir, batu split dan mebel. Sentral usaha terbesar kecamatan salam ini adalah pusat pembuatan gula kelapa dan tempe. Hampir setiap ibu-ibu rumah tangga bekerja sebagai pembuat gula kelapa dan tempe. Biasanya mereka menjual hasil gula kelapa dan tempebuatannya ke Kota Muntilan dan kota-kota yang ada di sekitarnya, bahkan sampai keluar

Jawa. Banyak UMKM yang ada di Kecamatan Salam akan menjadi peluang bagi lembaga keuangan bukan bank sebagai alternatif penyedia pinjaman kredit.

Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan oleh peneliti di Kecamatan Salam, untuk mengatasi masalah utama yang sering dihadapi UMKM yaitu mengenai kurangnya tersedianya modal, biasanya UMKM melakukan pinjaman kredit ke bank dan LKBB. Saat ini tercatat ada 608 koperasi yang ada di daerah Kabupaten Magelang, 34 diantaranya ada di Kecamatan Salam (sumber Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang). Dari banyaknya koperasi dan lembaga keuangan lainnya, namun lembaga bank terutama BPR menjadi alternatif utama UMKM dalam melakukan pinjaman kreditnya, hal ini didasari akan kualitas pelayanan dari lembaga bank yang dinilai lebih baik dari lembaga keuangan bukan bank. Pada lembaga keuangan bank yang didominasi oleh bank-bank besar sudah sangat baik dalam melayani nasabahnya, antara lain adanya satpam yang bertugas menjaga dan memberitahu langkah-langkah nasabah yang akan melakukan suatu transaksi pada bank tersebut, bukan hanya itu kualitas *teller* atau petugas yang dilatih sedemikian rupa

untuk dapat berbicara dan menarik hati pelanggan dengan tampilan dan tutur kata yang baik membuat masyarakat terutama UMKM lebih memilih untuk melakukan pinjaman kredit di bank. Pengertian kualitas layanan menurut Kotler (2002) kualitas layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam mengambil kredit yaitu prosedur kredit atau tata cara untuk melakukan suatu kredit pada sebuah lembaga keuangan juga menjadi pertimbangan pelaku UMKM dalam melakukan kreditnya. Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2006) Prosedur Kredit adalah suatu tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyarhan kredit. Prosedur yang mudah dan jelas dianggap sangat efisien dan efektif oleh pelaku UMKM. Pertimbangan pada faktor ini sangatlah besar, kebanyakan pelaku UMKM mengaku lebih memilih lembaga yang menyediakan prosedur kredit yang jelas atau mudah dimengerti dan tidak banya syaratnya. Menurut pandangan masyarakat yang ada di Kecamatan Salam, prosedur yang ada pada bank lebih jelas dibandingkan dengan prosedur yang ada pada LKBB, contoh: jika kita melakukan pinjaman

kredit pada suatu koperasi, maka orang atau peminjam diwajibkan menjadi anggota koperasi tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam mengambil kredit adalah banyak UMKM yang masih sangat kurang pengetahuannya tentang pinjaman kredit yang ada pada LKBB. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh LKBB menjadi salah satu penyebab kurangnya pengetahuan tentang lembaga keuangan bukan bank tersebut. Menurut Stanton (2003), promosi merupakan kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, menghibam khalayak ramai. Promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank menjadi daya tarik yang baik kepada masyarakat, biasanya banyak *event-event* yang diadakan oleh lembaga keuangan bank bertujuan untuk menarik minat dari masyarakat. Promosi lain yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank antara lain memasang iklan baik di televisi maupun di papan iklan yang ada di jalan. Dari pengamatan yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa kebanyakan UMKM hanya berfokus pada kepentingan pinjaman kreditnya saja dari pada untuk bergabung menjadi anggota koperasi. Berdasarkan uraian di atas, masih kurangnya UMKM yang ada Di

Magelang khususnya di Kecamatan Salam untuk meminjam kredit usaha pada lembaga keuangan bukan bank (LKBB) menjadikan penulis ingin mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit dan Promosi Terhadap Keputusan UMKM Dalam Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Salam”**.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kausal asosiatif (*causal assosiative*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk dapat menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2010:57). Berdasarkan jenis data yang dikumpulkan, penelitian ini merupakan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Kecamatan Salam yang tercatat pada Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM kabupaten Magelang. Pada bulan Juli hingga Desember 2016.

Definisi Operasional Variabel

Keputusan Mengambil Kredit

Yang dimaksud dengan Keputusan UMKM dalam mengambil kredit adalah proses keputusan pengajuan kredit pada Lembaga keuangan bukan bank. Keputusan dalam mengambil kredit dapat dipengaruhi oleh alasan-alasan logis seperti Kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi. Indikator variabel ini: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan mengambil kredit, evaluasi pasca mengambil kredit.

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi maupun seseorang untuk memenuhi yang diharapkan pelanggannya. Kualitas layanan lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh suatu perusahaan yang menawarkan jasa, oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa tergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan. Indikator variabelnya: bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati.

Prosedur Kredit

Prosedur kredit yaitu tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan bank (LKBB)

yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit. Indikator variabelnya: realisasi kredit, kemudahan, kecepatan, persyaratan.

Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran dan penjualan untuk menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan. Indikator variabelnya: iklan, promosi penjualan, publisitas, *personal selling*.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di Kecamatan Salam yang tercatat di Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang sebanyak 1197 UMKM. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 300 UMKM di Kecamatan Salam. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling* (pengambilan sampel secara acak).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner atau angket. Menurut Iqbal Hasan (2001: 17) teknik kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang ingin diteliti (populasi). Angket atau kuesioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Angket yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, sehingga responden hanya dapat memberikan atau memilih jawaban yang sudah disediakan peneliti.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, minimum, maksimum, sum, range dan kemencengan distribusi (Ghozali, 2011:19). Dalam hal ini dilakukan pengukuran dan analisis mengenai variabel-variabel yang digunakan yaitu Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit (Y), Kualitas pelayanan (X₁), Prosedur Kredit (X₂) dan Promosi (X₃).

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011:239). Model regresi yang bisa dikatakan baik adalah jika memiliki distribusi normal. Dikatakan normal jika angka signifikansi *kolmogorov-smirnov sig* > 0,05 maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal begitupun jika sebaliknya.

Uji Linearitas

Uji linieritas untuk menguji bagaimana spesifikasi model yang digunakan apakah sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik (Imam Ghazali, 2011: 166). Dikatakan linier jika hasil dari F hitung sama atau lebih besar dari 5%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006:125), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui terjadinya apakah terdapat varian yang berbeda. Cara yang digunakan adalah dengan melakukan uji park, uji glejser, uji white dan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*) (Ghozali, 2006:91). Menjelaskan bahwa pengujian yang dapat dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Dikatakan tidak terjadi Multikolonieritas jika nilai *tolerance value* > 0,10 atau VIF < 10.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuan analisis ini adalah untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011: 95). Persamaan regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi seberapa tinggi hubungan kausal satu variabel bebas dengan variabel terikatnya. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 3.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan pengujian beberapa variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Langkah-langkah yang digunakan untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut: membuat persamaan garis regresi tiga prediktor, menguji regresi linier berganda melalui uji F, mencari koefisien determinasi R^2 .

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan data pada data yang diperoleh dari penelitian karakteristik responden berdasarkan desa tempat UMKM berada. Terdapat 12 desa yang ada di kecamatan salam, berikut ini adalah presentase dari UMKM yang telah di berikan kuisisioner oleh penulis: Desa Salam sebanyak 6,33%, Desa Mantingan 10%, Desa Gulon 6,67%, Desa Sucen 8,67%, Somoketro 3,67%, Tirto 12,34%, Kadiluwih 8,34%, Baturono 12,34%, Jumoyo 10,34%, Sirahan 2%, Tersan Gedhe 14,34%, Seloboro 5%.

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-

parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada SPSS 16. Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sebesar 1,310 dan nilai Asymp. Sig sebesar 0,065 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-SminovZ	1,310
Asymp. Sig.(2-tailed)	,065

Uji Linearitas Data

Uji Linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Setelah dilakukan pengolahan menggunakan SPSS dan didapatkan nilai t hitung, maka nilai t hitung tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikansi 0, 05.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

Variabel	T Hitung	Keterangan
X ₁ dengan Y	0,107	Linier
X ₂ dengan Y	0,149	Linier
X ₃ dengan Y	0,117	Linier

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan melihat besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *Tolerance* \geq 0,10 dan nilai VIF \leq 10, maka model regresi tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas dan variabel moderator $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X ₁	0,886	1,129
X ₂	0,798	1,254
X ₃	0,802	1,246

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi $t > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

. Tabel 4. Hasil Uji *Glejser*

V	Sig t	Keterangan
X ₁	0,886	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X ₂	0,798	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X ₃	0,802	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Hipotesis
Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 1

Varia bel	Koefisi en Regres i	t hitung	Sig	R	R Square
Konstanta	20,301				
1	0,076	5,972	0,000	0,386	0,146

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui persamaan $Y = 20,301 + 0,076 X_1$. Nilai r square 0,146, R sebesar 0,386, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,972 > 1,967$), signifikansi $0,000 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 2

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	R	R Square
Konstanta	20,226				
2	0,072	7,214	0,000	0,327	0,149

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui persamaan $Y = 20,226 + 0,072 X_2$. Nilai r square 0,149, R sebesar 0,327, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,214 > 1,967$),

signifikansi $0,000 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke dua diterima.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui persamaan $Y = 21,913 + 0,511 X_3$. Nilai r square 0,146, R sebesar 0,386, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($6,288 < 1,967$), signifikansi $0,000 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke tiga diterima.

Tabel 7. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 3

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	R	R Square
Konstanta	21,913				
3	0,511	6,288	0,00	0,38	0,146

Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Berdasarkan tabel 8 diperoleh nilai f hitung $28,796 > f$ tabel 2,635. Nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Memiliki persamaan regresi: $Y = 10,543 + 0,243X_1 + 0,281X_2 + 0,271X_3$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke empat diterima.

Tabel 8. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 4

Keterangan	Regresi
Konstanta	10,543
X1	0,243
X2	0,281
X3	0,271
$r^2 = 0,226$, F Hitung = 28,796, Sig $F = 0,000$	

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh r^2 sebesar 0,107 atau 10,7% dengan persamaan regresinya adalah $Y = 20,301 + 0,076X_1$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} 5,972 > t_{tabel} 1,967$ sehingga dapat diidentifikasi bahwa hipotesis pertama dapat diterima.

Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto (2005 : 84) salah satu faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah faktor kualitas layanan. Menurut Boediono (1999:11) pelayanan merupakan upaya atau proses secara sadar dan terencana yang dilakukan organisasi atau badan usaha

keputusan optimal bagi nasabah. Semakin baik pelayanan yang di berikan oleh suatu lembaga keuangan semakin tinggi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada lembaga keuangan tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedi Wahyu Nugroho (2012) dengan nilai $t_{hitung} 5,976 > t_{tabel} 2,048$ dan signifikansi 0,00. Penelitian lain yang konsisten dengan penelitian ini oleh Muvika Perdana Putra (2015) yang menyimpulkan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit, dengan R sebesar 0,036 dan R *square* 0,001. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Arif Budi Wibowo (2008) yang melakukan penelitian untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat anggota dalam menggunakan pembiayaan murabahah dengan nilai $1,193 > t_{tabel} 1,701$ dan signifikansi 0,017.

Pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua bahwa variabel Prosedur Kredit berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r^2 sebesar 0,149 atau 14,9%, persamaan regresinya $Y = 20,226 + 0,072X_2$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} 7,214 > t_{tabel} 1,967$ hal ini menunjukkan bahwa Prosedur kredit memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedi Wahyu Nugroho (2012) yang menyimpulkan bahwa Prosedur Kredit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit , dengan nilai $t_{hitung} 3,76 > t_{tabel} 2,048$ dan nilai signifikansi 0,005.

Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto (2005 :84) salah satu faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah faktor Prosedur Kredit. Menurut Mudrajad kuncoro (2002) yang menyatakan bahwa prosedur kredit merupakan upaya bank

atau lembaga keuangan lainnya dalam mengurangi resiko pemberian kredit, Yang mulai dengan perancangan penyusunan perencanaan perkreditan, dilanjutkan dengan proses pemberian keputusan kredit, penyusunan pemberian kredit, dokumentasi dan administrasi kredit, persetujuan pencairan kredit serta pengawasan dan pembinaan kredit. Semakin mudah prosedur kredit suatu lembaga keuangan maka semakin tinggi nasabah yang ingin mengambil kredit disana.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r^2 sebesar 0,117 atau 11,7% dengan persamaan regresinya $Y = 21,913 + 0,511X_3$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} 6,288 > t_{tabel} 1,967$ dapat disimpulkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Antanisius Hardian Pratama Yogiantoro (2015) dengan hasil tingkat korelasi sebesar 0,413, nilai signifikansinya 0,00. dan Merdiana (2008) yang menyatakan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam mengambil kredit dengan nilai signifikansi 4.864 lebih besar dari t tabel 2.633 dan nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Menurut Basu Swastha, (1997:238) Promosi adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang di pasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi yang baik haruslah terintegrasi, dalam artian seluruh elemen dalam perusahaan harus mengerti dan dapat menerapkan program promosi yang telah tersusun. Promosi yang efektif tidak hanya mampu menarik konsumen untuk melihat namun juga dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan, dalam hal ini yang dimaksud konsumen adalah nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat bahwa variabel Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,226 atau 22,6% dengan persamaan regresinya $Y = 10,543 + 0,243X_1 + 0,281X_2 + 0,271X_3$ dan bernilai positif. Nilai $F_{hitung} 28,796 > F_{tabel} 2,635$ menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto (2005: 84) faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah faktor Prosedur Kredit, kualitas layanan dan lokasi. Faktor lain yang mendorong orang untuk melakukan kegiatan kredit atau mengandalkan jasa dari perusahaan dalam hal ini adalah pinjaman kreditnya, dipengaruhi oleh promosi atau iklan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t hitung 5,972 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. dengan t hitung 7,214 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
- c. Terdapat pengaruh positif signifikan promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t hitung 6,288 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
- d. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan F hitung 28,796 lebih besar dari F tabel 2,635 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Kecenderungan variabel Kualitas Layanan tergolong tinggi. Oleh karena itu untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan bank, Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) hendaknya dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas yang ada, seperti contoh: peningkatan kualitas SDM maupun fasilitas penunjang lainnya.
- b. Kecenderungan variabel Prosedur Kredit tergolong dalam kategori tinggi. Oleh karena itu, prosedur yang ada dalam Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) khususnya adalah prosedur kreditnya sebaiknya jangan terlalu rumit sehingga dapat mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan pinjaman kredit.
- c. Perlunya peningkatan Promosi yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) untuk dapat menarik nasabah. Peningkatan Promosi dapat dilakukan dengan cara: Memperbanyak brosur dan poster-poster yang ada agar masyarakat khususnya UMKM dapat

mengetahui dan tertarik untuk melakukan pinjaman kredit, ikut serta dalam kegiatan bermasyarakat dengan cara mensponsori kegiatan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atanisius Hardian Permana Yogiartoro (2015). "Pengaruh Bagi Hasil Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Mudharabah". *skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Basu swasta dan Hani Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dedi Wahyu Nugroho (2012). "Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Prosedur kredit Terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil kredit pada PD BPR Boyolali". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fatin Fitra Amalia. (2014). "Pengaruh Gaji, suku Bunga, Pelayanan dan Prosedur kredit terhadap keputusan pengambilan kredit pada nasabah Bank Jateng cabang Kudus". *skripsi*. Universitas Muria Kudus.
- Ghozali Imam. (2011). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasibuan, Malayu. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi aksara.

- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Millennium*. Jakarta: Prehalindo.
- Muvika Perdana Putra. (2015).” Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Dengan Pelayanan dan Prosedur sebagai Variabel Moderating Pada PD BPR Bantul”. *skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto. (2005). *Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Prajudi Atmosudirjo. (2000). *Administrasi Manajemen Umum*. Jakarta: CV Mas Haji.
- Purnama,Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Stanton, Wiliam J. (2003). *Perinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan.Tulus. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Udin Pramono (2011). ”Pengaruh kualitas pelayanan dan Presepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Mudharabah di BMT Bina Ihsanu Fikri Yogyakarta”. *skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Uma Sekaran. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.