

## **Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan Umkm Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (Lkbb) Di Kecamatan Buleleng**

Made Andre Cahyadi<sup>1</sup>, I Putu Gede Diatmika<sup>2</sup>

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: { [andrecahyadi2002@gmail.com](mailto:andrecahyadi2002@gmail.com)<sup>1</sup> , [gede.diatmika@undiksha.ac.id](mailto:gede.diatmika@undiksha.ac.id)<sup>2</sup> }

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, prosedur kredit dan promosi terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada lembaga keuangan bukan Bank di kecamatan Buleleng. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM formal di Kecamatan Buleleng yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Buleleng sebanyak 115 UMKM. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 53 sampel dengan menggunakan rumus Slovin dan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil kredit, (2) prosedur kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil kredit, (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil kredit.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, Promosi, Keputusan Mengambil Kredit

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of service quality, credit procedures and promotions on the decision of Mikro Small and Medium Enterprises to make credit loans to non-bank financial institutions in Buleleng sub-district. This research is a quantitative research. The population in this study were formal Mikro Small and Medium Enterprises actors in Buleleng District who were registered at the Department of Industry, Trade, Cooperatives and Mikro Small and Medium Enterprises in Buleleng Regency as many as 115 Mikro Small and Medium Enterprises. The number of samples used in this study was 53 samples using the Slovin formula and the sampling technique used was random sampling. The data used in this study are primary data obtained from distributing questionnaires. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) service quality has a positive and significant effect on the decision to take credit, (2) credit procedures have a positive and significant effect on the decision to take credit, (3) promotion has a positive and significant effect on the decision to take credit.*

**Keywords :** Quality of Service, Credit Procedure, Promotion, Decision to Take Credit

Pada saat ini perekonomian Indonesia semakin berkembang yang membuat adanya peningkatan kebutuhan pendanaan untuk konsumsi maupun investasi masyarakat. Permasalahan kebutuhan pendanaan atau modal banyak dihadapi oleh masyarakat khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia membuat mereka kurang berkembang dan banyaknya 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, oleh karena itu UMKM memerlukan pendanaan modal yang dapat diperoleh dari pemberian kredit pada Bank dan lembaga keuangan bukan Bank. Alasan UMKM memerlukan pendanaan kredit berdasarkan pemilik dan pengurus UMKM sendiri. Lembaga keuangan bukan Bank adalah lembaga diluar lembaga perbankan yang menyediakan pinjaman modal bagi masyarakat khususnya pelaku usaha. Adanya lembaga keuangan bukan Bank diharapkan dapat mendorong pengembangan pasar uang dan pasar modal dalam membantu permodalan sejumlah perusahaan atau UMKM yang dimiliki pengusaha golongan ekonomi lemah.

Tabel 1 Survei awal alternatif utama pelaku UMKM melakukan pinjaman kredit

| No    | Jenis Usaha                                 | Jumlah | Lembaga Keuangan |      |
|-------|---|--------|------------------|------|
|       |   |        | Bank             | LKBB |
| 1     | Pedagang Makanan                            | 5      | 3                | 2    |
| 2     | Pedagang Sembako                            | 6      | 4                | 2    |
| 3     | Warung Makan                                | 3      | -                | 3    |
| 4     | Jasa fotocopy, printing, percetakan dan ATK | 4      | 4                | -    |
| Total |   | 18     | 11               | 7    |

(Sumber : Survei awal UMKM, 2021)

Berdasarkan survei awal yang sudah dilakukan oleh peneliti sebanyak 18 UMKM formal di Kecamatan Buleleng, untuk mengatasi masalah utama yang sering dihadapi UMKM yaitu mengenai kurangnya tersedianya modal, biasanya UMKM melakukan pinjaman kredit ke lembaga Bank dan lembaga keuangan bukan Bank (LKBB). Selain adanya koperasi, pegadaian dan lembaga keuangan bukan Bank lainnya, lembaga Bank terutama Bank Perkreditan Rakyat menjadi alternatif utama pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman kredit.

Pada lembaga keuangan Bank yang didominasi oleh Bank besar, dalam hal kualitas layanan sudah sangat baik dalam melayani nasabahnya, hal tersebut membuat masyarakat terutama UMKM lebih memilih untuk melakukan pinjaman kredit di Bank. Selain itu, prosedur kredit

atau tata cara untuk melakukan suatu kredit pada sebuah lembaga keuangan juga menjadi pertimbangan pelaku UMKM dalam melakukan kreditnya. Pada saat ini, bisa dikatakan masih banyak pelaku usaha khususnya UMKM yang lebih memilih melakukan pinjaman kredit pada Bank. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) menjadi salah satu penyebab kurangnya pengetahuan tentang lembaga keuangan bukan Bank tersebut.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Pradipta (2014) tentang Pengaruh kualitas Pelayanan, reputasi perusahaan dan promosi Terhadap Keputusan mengambil Kredit multiproduk (studi kasus pada PT Astra Multi Finance Semarang). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak

pada variabel bebas dan lembaga keuangan penyedia pinjaman kredit. Perbedaan pertama yaitu pada variabel bebas, peneliti menambahkan variabel bebas Prosedur kredit. Penggunaan prosedur kredit sebagai variabel baru karena pada penelitian terdahulu terjadi ketidakkonsistennan pada hasil penelitian sehingga peneliti ingin menguji kembali variabel ini. Selain itu, Prosedur kredit juga merupakan salah satu hal yang diperhitungkan calon debitur dalam melakukan pinjaman kredit, semakin mudah prosedur kredit maka semakin tertarik calon debitur untuk melakukan pinjaman kredit pada lembaga keuangan penyedia kredit tersebut dan begitu juga sebaliknya.

Perbedaan yang kedua yaitu pada lembaga keuangan penyedia pinjaman kredit. Pada penelitian sebelumnya menggunakan PT Astra Multi Finance, sedangkan penelitian ini menggunakan Lembaga Keuangan Bukan Bank yang mencakup lebih luas seperti koperasi dan pegadaian, selain itu berdasarkan survey awal peneliti, lembaga keuangan Bank masih menjadi alternatif utama pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman kredit daripada Lembaga Keuangan Bukan Bank.

## **Landasa Teori**

### ***Human Capital Theory***

Pada penelitian ini menggunakan teori Human Capital Theory dikembangkan oleh Becker (1965) yang mengemukakan bahwa investasi dalam pelatihan dan untuk meningkatkan human capital adalah penting sebagai suatu investasi dari bentuk-bentuk modal lainnya. Human capital disamakan artinya dengan sumber daya manusia. Human capital adalah bagian utama intellectual capital yang sulit diukur karena berbentuk aset tidak berwujud dari suatu organisasi seperti keahlian dan kreativitas.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (2011) kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sedangkan menurut Maulana (2016) kualitas layanan merupakan salah

satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk prosedur atau metode yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Tjiptono, (2011) mengungkapkan bahwa indikator kualitas layanan adalah:

- a) *Tangibles* atau bukti langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b) *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c) *Responsiveness* atau ketanggapan, keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- d) *Assurance* atau jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan.
- e) *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan

Berdasarkan pendapat para ahli, maka dalam skripsi ini, peneliti dalam mengukur kualitas pelayanan menggunakan indikator-indikator menurut Tjiptono (2011) yaitu bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati

### **Prosedur Kredit**

Menurut Ira (2015) prosedur kredit merupakan langkah kegiatan yang klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi suatu perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang. sedangkan menurut Hasibuan (2016:67) prosedur kredit adalah tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit, Prosedur kredit juga dapat berarti upaya bank dalam mengurangi resiko pemberian

kredit. Jadi berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa prosedur kredit merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan Bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit.

Menurut Dwir Utami (2019) indikator prosedur kredit adalah sebagai berikut :

1) Realisasi Kredit

Keyakinan nasabah bahwa akan menerima realisasi kredit sesuai dengan yang telah diatur dalam perjanjian sepanjang persyaratan terpenuhi.

2) Kemudahan Prosedur

suatu kemudahan mengambil kredit di mana bank atau lembaga keuangan lainnya memberikan kemudahan dalam mengambil kredit atau persyaratan kredit tidak memberatkan nasabah.

3) Kecepatan Pelaksanaan

kecepatan dalam mengakses kredit pada bank atau lembaga keuangan lainnya.

4) Persyaratan

syarat pada saat nasabah melakukan transaksi atau nasabah melakukan pengambilan perlu dilakukannya persyaratan antara pihak nasabah dengan bank atau lembaga keuangan lainnya.

Indikator prosedur kredit ini meliputi realisasi kredit, kemudahan prosedur, kecepatan pelaksanaan dan persyaratan.

**Promosi**

Menurut Tajudin dan Ade (2017) promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa kepada konsumen untuk mendorong dan membujuk konsumen untuk membeli produk dan jasa tersebut, sedangkan menurut Sarwita (2017) Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk menginformasikan, memperkenalkan, membujuk dan mengingatkan suatu produk atau jasa kepada konsumen.

Adapun alat-alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, yaitu :

1. Iklan

Iklan merupakan sebuah bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (Koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satellite dan wireless) media elektronik (rekaman suara, rekaman video, halaman website) dan media pameran ( billboard dan poster)

2. Publikasi

Publikasi dilakukan dengan cara membuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tertentu di media masa. Misalnya saja berita di surat kabar, berita di radio ataupun di televise, maupun majalah tertentu dan sebagainya. Publikasi merupakan sebuah alat promosi yang mampu mementuk opini konsumen secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu produk.

3. Personal selling

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara perusahaan dengan konsumen. Kontak langsung yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi secara lebih intensif para konsumen, karena dengan cara ini perusahaan dapat mengetahui keinginan dan selera konsumen serta gaya hidupnya, dan dengan demikian perusahaan dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasi dengan konsumen itu secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen. Ketiga bentuk promosi diatas yaitu iklan, publikasi dan personal selling oleh penulis dijadikan indikator-indikator sebagai alat untuk mengukur tingkat promosi yang dilakukan penyediaan pinjaman kredit.

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan UMKM Dalam Melakukan**

### **Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank di Kecamatan Buleleng**

Kualitas layanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Maulana, 2016). Kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk prosedur atau metode yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diinginkan. Kualitas layanan lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa, oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sektor jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan. Semakin baik kualitas layanan maka pelanggan makin tertarik untuk melakukan transaksi, sebaliknya semakin rendah kualitas layanan maka pelanggan kurang tertarik untuk melakukan sebuah transaksi.

Pada penelitian yang dilakukan Ningtyas (2020) kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mengambil kredit pada KSP XX Madiun. Sejalan dengan penelitian Ningtyas (2020), Pada penelitian yang dilakukan Oktaviani (2018) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam mengambil kredit pada koperasi simpan pinjam Kekar Pwas Semarang. Berdasarkan uraian diatas, dapat diruuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Buleleng.

**Pengaruh Prosedur Kredit Terhadap Keputusan UMKM Dalam Melakukan**

### **Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank di Kecamatan Buleleng**

Prosedur kredit merupakan langkah kegiatan yang klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi suatu perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang (Ira, 2015). Menurut Hasibuan (2016:67) prosedur kredit adalah tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit, prosedur kredit juga dapat berarti upaya bank dalam mengurangi resiko pemberian kredit. Dapat disimpulkan bahwa prosedur kredit merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan Bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit. Semakin mudah prosedur kredit pada suatu lembaga keuangan maka calon debitur akan semakin tertarik untuk melakukan suatu pinjaman kredit dan begitu juga sebaliknya.

Pada penelitian yang dilakukan Rahmawati (2020) prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan permintaan gadai di Pegadaian Kebondalem Magelang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2020), penelitian yang dilakukan oleh Hana dan Stevanus (2019) Prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan kredit pelaku UMKM di PT Permodalan Nasional Madani (Persero). Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Prosedur Kredit berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Buleleng

**Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan UMKM Dalam Melakukan**

### Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank di Kecamatan Buleleng

Suatu perusahaan sangat membutuhkan suatu promosi untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri kepada masyarakat luas. Semakin bagus promosi yang dilakukan perusahaan maka masyarakat akan semakin mengenal produk atau jasa yang dihasilkan. menurut Sarwita (2017) Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Pada Pada penelitian yang dilakukan oleh Khanafi (2020) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil kredit pada PT Financia Multi Finance Semarang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanafi (2020), penelitian yang dilakukan Fauzi (2019) promosi berpengaruh positif terhadap keputusan mengambil kredit pada PT GDC (Gerai Dana Cepat) Sidoarjo. Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam melakukan

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini meliputi hasil uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji statistik deskriptif dilakkan untuk

pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Buleleng.

### METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menguji hubungan antara variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah kualitas layanan, prosedur kredit dan promosi terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan melakukan pinjaman kredit. Metode pengumpulan data dengan intrumen penelitian ini berupa pengumpulan kuesioner. Data kemudian dianalisis dengan beberapa analisis meliputi statistic deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan penyajian data dibantu program SPSS versi 20. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM formal di kecamatan Buleleng tahun 2020 yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMK Kabupaten Buleleng yang berjumlah 115 UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sehingga mendapatkan jumlah sampel sebanyak 53 responden.

mengatahui nilai minium, maksimum, mean dan standar devisiasi. Hasil uji statistic daskriptif sebagai berikut :

Tabel 2. Tabel Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics    |    |         |         |         |                |
|---------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                           | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| Kualitas Layanan          | 53 | 20.00   | 25.00   | 22.3774 | 1.43079        |
| Prosedur Kredit           | 53 | 20.00   | 25.00   | 22.4151 | 1.24706        |
| Promosi                   | 53 | 19.00   | 25.00   | 22.2075 | 1.54868        |
| Keputusan Pinjaman Kredit | 53 | 19.00   | 25.00   | 22.3962 | 1.69092        |
| Valid N (listwise)        | 53 |         |         |         |                |

Sumber: (data diolah, 2021)

Data kualitas layanan menunjukkan skor minimum 20 dan skor

maksimum 25. Skor rata-rata 22,3774 dengan standar deviasi sebesar 1,43079.

Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data kualitas layanan pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data prosedur kredit menunjukkan skor minimum 20 dan skor maksimum 25. Skor rata-rata 22,4151 dengan standar deviasi sebesar 1,24706. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data prosedur kredit pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data promosi menunjukkan skor minimum 19 dan skor maksimum 25. Skor rata-rata 2.2075 dengan standar deviasi sebesar 1,54868. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data promosi pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data

satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data keputusan pinjaman kredit menunjukkan skor minimum 19 dan skor maksimum 25. Skor rata-rata 22,3962 dengan standar deviasi sebesar 1,69092. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data keputusan pinjaman kredit pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi.

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Hipotesis pada penelitian ini ini diuji dengan menggunakan model regresi linier berganda. Analisis ini melibatkan dalih dari satu variabel predictor (X) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda dengan melihat output SPSS pada tabel model *Summary*.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)                | -5.570                      | 6.173      |                           | -.902 | .371 |
| 1<br>KualitasLayanan      | .479                        | .145       | .405                      | 3.296 | .002 |
| ProsedurKredit            | .484                        | .167       | .357                      | 2.904 | .006 |
| Promosi                   | .288                        | .131       | .264                      | 2.197 | .033 |

a. Dependent Variable: Keputusan PinjamanKredit

Sumber: output SPSS for Windows V. 20

Berdasarkan model regresi tersebut terbentuklah, hasil intepretasi sebagai berikut: Konstanta -5,570 menunjukan bahwa variabel Kualitas layanan ( $X_1$ ), Prosedur kredit ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) bernilai konstan, maka variabel keputusan pinjaman kredit (Y) memiliki nilai -5,570 satuan. Koefisien regresi kualitas layanan ( $X_1$ ) sebesar 0.479 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel  $X_1$  sebanyak 1 satuan, maka keputusan pinjaman kredit akan bertambah 0,479 dengan asumsi

variabel independen yang lainnya tetap. Koefisien regresi prosedur kredit ( $X_2$ ) sebesar 0.484 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel  $X_2$  sebanyak 1 satuan, maka keputusan pinjaman kredit akan bertambah 0,484 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap. Koefisien promosi ( $X_3$ ) sebesar 0.288 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel  $X_3$  sebanyak 1 satuan, maka keputusan pinjaman kredit akan bertambah 0,288 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Berdasarkan Hasil yang didapat pada hasil uji t di tabel 3 menyatakan nilai Sig. sebesar 0,002 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 6,453 > ttabel 1,676 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pinjaman kredit (Y) Jadi pada kesimpulannya hasil uji t variabel kualitas layanan mendukung hipotesis yang diajukan, maka  $H_1$  diterima. Hasil yang didapat pada hasil uji t di tabel 3 menyatakan nilai Sig. sebesar 0,006 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 2,167 > ttabel 1,676 maka dapat disimpulkan bahwa variabel prosedur

#### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)**

Hasil pengujian secara persial pengaruh variabel kualitas layanan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit memperoleh nilai koefisien sebesar 0,479 artinya koefisien bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dengan keputusan pelaku UMKM melakukan pinjaman kredit. Berdasarkan uji t juga didapat nilai sig 0,002 < 0,05 dan nilai thitung 3,296 > ttabel 1,676 yang berarti  $H_1$  diterima artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada LKBB.

Kualitas layanan yang diberikan lembaga keuangan bukan Bank kepada pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman kredit sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa bentuk pelayanan yang diberikan seperti responsive atau ketanggapan, dalam hal ini ketika pelaku UMKM melakukan pinjaman kredit, pihak lembaga keuangan bukan Bank sangat responsive atau tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan pelaku UMKM yang diikuti dengan penyampaian proses administrasi dalam melakukan pinjaman kredit yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelaku UMKM. Selain itu, pihak lembaga keuangan bukan Bank juga memiliki keinginan membantu para pelaku UMKM yang sedang membutuhkan

kredit ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pinjaman kredit (Y) Jadi pada kesimpulannya hasil uji t variabel prosedur kredit mendukung hipotesis yang diajukan, maka  $H_2$  diterima. Hasil yang didapat pada hasil uji t di tabel 4.14 menyatakan nilai Sig sebesar 0,033 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 2,331 > ttabel 1,676 maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pinjaman kredit (Y) Jadi pada kesimpulannya hasil uji t variabel promosi mendukung hipotesis yang diajukan, maka  $H_3$  diterima.

pinjaman dana. Bentuk pelayanan selanjutnya yang diberikan kepada pelaku UMKM adalah reliability atau keandalan yang meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan, dalam hal ini pihak lembaga keuangan bukan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab setiap pertanyaan dari pelaku UMKM yang ingin melakukan pinjaman kredit karena ada beberapa hal yang masih belum diketahui oleh pelaku UMKM dalam proses pengajuan kreditnya seperti berapa bunga yang dikenakan, jaminan yang dapat diajukan, berapa lama proses pelunasannya, dll.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susetyo (2011) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pinjaman kredit pada koperasi simpan pinjam anugerah Kebumen dan penelitian yang dilakukan Pradipta (2015) kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mengambil kredit pada PT Astra Multi Finance Semarang.

#### **Pengaruh Prosedur Kredit Terhadap Keputusan UMKM dalam Melakukan Pinjaman Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Buleleng**

Hasil pengujian secara persial pengaruh variabel prosedur kredit terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit memperoleh nilai koefisien sebesar 0,484 artinya koefisien bernilai

positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara prosedur kredit dengan keputusan pelaku UMKM melakukan pinjaman kredit. Berdasarkan uji t juga didapat nilai sig  $0,006 < 0,05$  dan nilai thitung  $2,904 > t_{tabel} 1,676$  yang berarti  $H_2$  diterima artinya prosedur kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada LKBB.

Prosedur kredit yang diberikan pihak lembaga keuangan bukan Bank kepada pelaku UMKM yang ingin melakukan pinjaman kredit sangat mudah. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan proses administrasi yang tidak berbelit-belit, proses administrasi seperti pengisian formulir, melengkapi persyaratan, penyerahan dokumen dan lain-lain sangat mudah dipenuhi oleh pelaku UMKM sehingga memudahkan untuk merealisasikan kredit yang diajukannya. Selanjutnya jaminan, banyaknya pilihan jaminan yang dapat diajukan oleh pelaku UMKM ketika ingin melakukan pinjaman kredit seperti emas, BPKB kendaraan, dan lain-lain memudahkan pelaku UMKM yang sedang memerlukan tambahan modal untuk melakukan pinjaman kredit di lembaga keuangan bukan Bank. Terakhir, proses pencairan dana kredit yang cepat, proses pencairan pinjaman dana kredit di lembaga keuangan bukan Bank seperti pegadaian sangat cepat yang tidak memakan waktu sehari-hari sehingga membuat pelaku UMKM tertarik untuk melakukan pinjaman kredit di LKBB tersebut dan juga sangat membantu pelaku UMKM yang sedang membutuhkan tambahan modal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2020) prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan permintaan gadai di Pegadaian Kebondalem magelang dan penelitian yang dilakukan oleh Susetyo (2011) prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit di KSP Anugerah Kebumen.

### **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Buleleng.**

Hasil pengujian secara persial pengaruh variabel promosi terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit memperoleh nilai koefisien sebesar  $0,288$  artinya koefisien bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara prosedur kredit dengan keputusan pelaku UMKM melakukan pinjaman kredit. Berdasarkan uji t juga didapat nilai sig  $0,033 < 0,05$  dan nilai thitung  $2,197 > t_{tabel} 1,676$  yang berarti  $H_3$  diterima artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada LKBB.

Promosi yang dilakukan lembaga keuangan bukan Bank sangat membantu pelaku UMKM yang sedang membutuhkan tambahan modal. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan lembaga keuangan bukan Bank adalah iklan, iklan yang tampilkan lembaga keuangan bukan Bank mengenai pinjaman kredit di beberapa media cetak seperti poster, brosur dan juga di media elektronik seperti radio sangat membantu pelaku UMKM yang sedang membutuhkan modal untuk mendapatkan pinjaman dana kredit. Promosi yang dilakukan pihak lembaga keuangan bukan Bank selanjutnya adalah publikasi, publikasi yang dilakukan pihak lembaga keuangan bukan Bank di situs web resmi lembaga keuangan bukan Bank tersebut sangat memudahkan pelaku UMKM mengetahui pinjaman dana kredit yang ditawarkan sehingga menjadi alternatif pilihan pelaku UMKM untuk melakukan pinjaman kredit.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2014) promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih kredit pada BMT Ahmad Dahlan dan peneliti yang dilakukan Pradipta (2015) Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan mengambil kredit pada PT Astra Multi Finance Semarang.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, prosedur kredit

dan promosi terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada lembaga keuangan bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Buleleng dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Pertama, Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan bank (LKBB) dilihat berdasarkan nilai Sig. sebesar 0,002 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 6,453 > ttabel 1,676. Kedua, Prosedur kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) dilihat berdasarkan nilai Sig. sebesar 0,006 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 2,167 > ttabel 1,676. Terakhir, osi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) dilihat berdasarkan nilai Sig sebesar 0,033 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan thitung 2,331 > ttabel 1,676.

Adapun saran yang diberikan penulis kepada pihak lembaga keuangan bukan Bank yaitu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas layanan yang sekarang ada seperti peningkatan kualitas

sumber daya manusia, fasilitas penunjang yang ada di lembaga keuangan bukan Bank, selanjutnya prosedur kredit yang ada di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) sebaiknya dipermudah dan tidak berbelit-belit sehingga dapat mempermudah nasabah dan membuat nasabah betah dalam melakukan pinjaman kredit. 3. Perlunya peningkatan promosi yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Bukan bank (LKBB) untuk dapat menarik nasabah karena berdasarkan hasil penelitian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan pinjaman kredit. Peningkatan promosi dapat dilakukan dengan cara memperbanyak brosur dan poster-poster di tempat tertentu agar masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat lebih mengetahui mengenai pinjaman kredit yang ditawarkan dan tertarik untuk melakukan pinjaman kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) itu sendiri dan bagi peneliti selanjutnya yang sejenis agar menambahkan variabel-variabel independen diluar penelitian ini sehingga dapat mengetahui lebih faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan melakukan pinjaman kredit.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Kamula Putri. 2020. Pengaruh Sistem Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Tahun 2019. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Gaol, Jimmy L. 2014. A to Z Human Capital. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana.
- Hana, Choirul dan Stevanus GS. 2019. Pengaruh Prosedur dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Kredit Modal Kerja Bagi Pelaku UMKM. Jurnal Vol 5 No 2 Universitas Kahuripan Kediri.
- Hasibuan, Malayu. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Khanafi, MY. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT Finansia Multi Finance Semarang. Jurnal Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Ningtiyas, Selvi Ido. 2020. Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit KSP XX. Skripsi. Universitas PGRI Madiun.
- Oktaviani, Lusia, dkk. 2018. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan

- Terhadap Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit (Studi KSP Kekar Pulas di Semarang). Tesis. Universitas Diponegoro.
- Prasojo, Lantip, dkk. 2017. Manajemen Strategi Human Capital Dalam Pendidikan. Yogyakarta : UNY Press.
- Rahmawati, AL dan Kurniawati. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang)". Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol 1, No 2, E-ISSN : 2716-1583
- Sarwita, Ade. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung (studi kasus pada perumda BPR Majalengka). Dalam Maksi : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi. Majalengka.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.