

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Tingginya kebutuhan dalam kehidupan membuat masyarakat harus mencari cara untuk dapat terus bertahan dan mencukupi kebutuhan hidup. Banyak yang berjuang dengan cara bekerja sebagai karyawan dan karena di rasa pemasukan tersebut bisa membuatnya bertahan dan tercukupi kehidupannya dari waktu ke waktu. Namun tidak sedikit juga yang mencoba untuk membuka usaha dengan mengajukan pinjaman kepada bank dengan harapan membantu mengembangkan usaha yang akan dijalani.

Pelaku usaha yang membutuhkan modal untuk usahanya biasanya membutuhkan lembaga yang memberikan bantuan modal usaha baik itu dari lembaga keuangan yang di bawah perlindungan hukum maupun yang tidak dalam lindungan hukum. Pada umumnya lembaga keuangan yang paling dikenal masyarakat dalam memberikan pinjaman modal dengan pembayaran dalam bentuk kredit adalah bank. Bank dikenal sebagai perusahaan yang mampu memahami keperluan, keinginan serta kebutuhan nasabah dengan produk yang ditawarkan (Arisandi et al., 2017).

Perbankan memiliki peran dalam perekonomian untuk membantu serta mengalirkan dana bagi masyarakat dalam wujud pemberian kredit dalam usaha memajukan perekonomian perorangan maupun badan usaha. Salah satunya dalam bentuk perkreditan bagi masyarakat perseorangan atau badan usaha.

Banyak layanan yang di sediakan dari perbankan untuk masyarakat yaitu simpan pinjam. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dalam memberikan layanan untuk masyarakat adalah melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah layanan kredit atau pembiayaan yang diberikan oleh pemerintah melalui perbankan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Hutauruk et al. 2022).

Data terbaru, hingga 30 November 2023, penyaluran KUR di perbankan telah mencapai porsi 77,42% dari target baru, atau senilai Rp 229,95 triliun. KUR tersebut disalurkan kepada 4,12 juta debitur di Indonesia. PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI), sebagai bank yang mendapatkan kuota KUR terbanyak juga ikut menyesuaikan dengan target baru pemerintah. Target penyaluran KUR BRI yang awalnya Rp 270 triliun, lalu direvisi menjadi Rp 194,4 triliun hingga akhir tahun 2023. Adapun hingga Oktober 2023, BRI telah menyalurkan KUR senilai Rp 123,51 triliun kepada 2,7 juta debitur. Menyesuaikan dengan target baru, maka sampai dengan akhir Oktober 2023, BRI telah menyalurkan 63% dari target. Kemudian pada data terbaru 2024, BRI memperoleh kuota penyaluran KUR senilai Rp 165 triliun. Dari jumlah tersebut, BRI telah menyalurkan KUR sebesar Rp 59,96 triliun kepada 1,2 juta debitur pada periode Januari hingga April 2024, yang mana pencapaian KUR pada BRI sebesar 36% dari target tahun ini. Di kota Padang sendiri kuota KUR yang telah tersalurkan sebesar Rp 1,3 triliun kepada 28.869 debitur dengan total debitur baru sebanyak 20.208 debitur (keuangan.kontan.co.id).

Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) dapat menjadi bantuan bagi pelaku usaha mikro baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha mikro merupakan hal yang menjadi perhatian bagi kalangan banyak khususnya pemerintah. Dalam menghadapi dunia usaha, usaha mikro diharapkan dapat menjadi andalan dalam hal perekonomian di Indonesia (Salamah & Sudrajat, 2021). Berbagai macam upaya untuk melakukan pengembangan dan peningkatannya terus dilakukan. Hal ini dikarenakan harus menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Dilihat dari sisi kelembagaan, maka sasaran KUR adalah UMKM-K (Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi). Sektor usaha yang diperbolehkan untuk memperoleh KUR adalah semua sektor usaha produktif. Selain sasaran dan tujuan dari adanya KUR, hal yang mempengaruhi perkembangannya adalah keputusan masyarakat untuk lebih memilih KUR dibandingkan produk kredit yang lainnya (Fitriani, 2022).

Eksistensi dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) telah menunjukkan pentingnya pertumbuhan usaha mikro. Diantara industri yang dibiayai KUR adalah perdagangan, pertanian, perhubungan, restoran, dan lain-lain. Usaha mikro yang beroperasi menguntungkan tetapi belum bankable atau berkembang dengan cepat juga bisa mendapatkan KUR. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki prospek keuangan yang kuat dan dapat melakukan pembayaran. Kelompok masyarakat yang mendapat pelatihan dan memperoleh otonomi dan

kemandirian yang lebih pada kluster program sebelumnya menjadi fokus program KUR. Organisasi masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan inisiatif pendanaan yang berasal dari lembaga keuangan resmi seperti bank, koperasi, BPR, dan sebagainya (Irmayani, 2020).

Memunculkan minat masyarakat untuk mengajukan KUR tentunya menjadi tantangan bagi pemerintah yang bekerja sama dengan pihak perbankan dalam menyalurkan bantuan KUR. Minat adalah motivasi atau dorongan untuk melakukan apa yang ingin dipilih berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan seseorang yang bersangkutan (Dewi & Ida, 2019). Hubungan antara pemerintah dan pihak perbankan dalam pengenalan kredit dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam lembaga keuangan (Haron, et.al., 2013).

Minat masyarakat dalam keikutsertaan program pemerintah tentunya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal masyarakat yang bersangkutan (Mayuni dan Surya Dewi, 2015). Menurut Kotler dan Keller (2019) dalam mencapai tujuan dan kesuksesan suatu program hubungan dengan masyarakat melalui sosialisasi sangat diperlukan sebagai kegiatan penyuluhan aktivitas baru atau program baru yang dilakukan.

Pihak perbankan sebaiknya mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa KUR untuk modal usaha mereka. Produsen dari perbankan sebaiknya sangat

memperhatikan dan memprioritaskan kualitas produk, layanan serta harga KUR agar calon nasabah tetap mempertahankan atau lebih tertarik mengambil KUR. Selain itu kenyamanan dan keamanan calon nasabah juga harus diperhatikan agar KUR diminati masyarakat (Fitriani, 2022). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pinjaman KUR untuk modal usaha di antaranya adalah fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan tentang produk.

Fasilitas kredit merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan peminjaman kredit kepada pihak perbankan. Sesuai dengan tujuan yang dicapai Indonesia dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi negara (pemerintah) dan perbankan memberikan beberapa fasilitas kredit untuk masyarakat. Program fasilitas kredit ini dilaksanakan oleh bank yang mempunyai fungsi dan kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk produk kredit. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan (Undang-undang No. 10 tahun 1998).

Fasilitas Kredit merupakan salah satu usaha dari perbankan untuk menyediakan layanan pembiayaan yang memadai bagi nasabah. Secara garis besar fasilitas kredit dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan fisik atau fasilitas pinjaman yang mempermudah nasabah pada

urusan kredit atau pinjaman (Tjiptono, 2020). Pemahaman dan pemanfaatan fasilitas kredit perbankan dalam hal ini menyangkut tentang apakah fasilitas kredit yang disediakan telah sesuai dengan rencana peminjaman atau tidak (Anjani dan Vidya, 2023). Maka dengan begitu dapat membuat calon debitur dapat memilih segala bentuk fasilitas kredit yang disediakan. Sehingga debitur akan mengenal fasilitas pembiayaan secara cermat dan pada gilirannya akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak bank bahwa debitur dapat mengelola dana pinjamannya dengan baik (Regar et al., 2016).

Faktor selanjutnya yaitu persepsi kemudahan yakni menunjukkan tingkat seseorang meyakini bahwa penggunaan transaksi dari sistem yang dilakukan ini mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya untuk dapat memahami dan menggunakannya. (Nurrahmanto, 2015). Persepsi kemudahan adalah persepsi yang dirasakan konsumen mengenai mudahnya penggunaan, pengoperasian sistem yang dirancang agar konsumen tidak merasa kesulitan ketika berurusan dengan sistem yang diterapkan (Damayanti, 2019). Persepsi kemudahan dapat dipahami sebagai penilaian konsumen atau publik mengenai jumlah usaha atau waktu yang diperlukan untuk mempelajari dan menggunakan teknologi baru, di mana penilaian tersebut dapat berupa penilaian positif atau penilaian negatif (Wilson et al., 2021).

Davis (1989) dalam Fatmawati (2015) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dapat dengan

mudah menggunakan sistem tertentu sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan, hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Persepsi kemudahan menyangkut tentang kemudahan akses dan informasi yang didapat oleh debitur sebelum mengajukan kredit. Dalam faktor persepsi kemudahan pengajuan kredit memberikan pengertian bahwa nasabah akan berminat untuk melakukan pengambilan kredit apabila telah mampu memenuhi setiap persyaratan yang diminta dengan mudah (Rendy, 2018).

Indikator persepsi kemudahan menurut teori Davis (1989) yaitu mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil atau mahir, mudah digunakan. Indikator untuk mengukur persepsi kemudahan dalam penelitian Anjani dan Vidya (2023) yaitu mudah sehingga menjadi mahir, jelas dan mudah dimengerti, fleksibel, mudah dipelajari, tidak menyulitkan pengguna, tahap instalasi yang mudah.

Faktor selanjutnya yaitu pengetahuan produk. Pengetahuan merupakan informasi yang telah diproses secara sistematis untuk mendapatkan pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Hal yang harus dibentuk adalah pengetahuan produk KUR sehingga keputusan menjadi untuk

menggunakan produk perbankan dapat dilakukan. Adanya Penelitian menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit (Andespa, 2017).

Pengetahuan sebagai informasi yang dapat dideskripsikan dari pengamatan yang didapat pengetahuan merupakan penafsiran dan menerjemahkan informasi yang didapatkan sehingga hal tersebut membuat tindakan keputusan dapat dilakukan. Hal ini relevan dengan hasil dari beberapa peneliti bahwa pengetahuan pada produk bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah dan menggunakan produk bank (Romdhoni, 2018).

Anbiya dan Renny (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa fasilitas kredit yang diberikan perbankan berpengaruh terhadap keputusan dan minat masyarakat untuk kredit modal usahanya. Sedangkan hasil penelitian dari Santoso et al., (2015) menyatakan bahwa kredit tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraini dan Rosyati (2019) dengan adanya kucuran kredit dari pemerintah, memberikan dampak yang tidak signifikan terhadap Strategi peningkatan tenaga kerja dari modal yang diterima oleh UMKM.

Temuan Aisyah dan Arif (2023) menemukan bahwa secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih fasilitas pembiayaan KUR Syariah di BSI. Sedangkan penelitian

dari Ningsih, Lulu dan Gunardi (2022) menemukan bahwa pengetahuan produk tidak mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil kredit usaha rakyat.

Selanjutnya penelitian dari Rosanti dan Afifah (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap Pembiayaan Usaha Rakyat untuk modal usaha dari Bank Syariah. Temuan lain dari Tamara, Nunik dan Supadi (2022) menemukan bahwa persepsi kemudahan terhadap syarat peminjaman mempengaruhi minat nasabah untuk mengajukan pinjaman kredit pada PNM mekar.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang telah berdiri sejak tahun 1895 dengan didasari pelayanan pada masyarakat kecil yang sampai sekarang tetap konsisten yaitu fokus memberikan fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Kini untuk lebih menunjang kegiatan pada dunia perbankan, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Salah satu Kantor Unit yang berada di bawah Kantor Cabang adalah PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Pasar Baru yang terletak di Pasar Baru, Pauh. Temuan peneliti yaitu program KUR yang diberikan oleh bank BRI yang bertujuan untuk memajukan dan membantu roda perekonomian masyarakat masih ada yang tidak paham sistemnya dan ada juga yang ragu mencoba mengajukan karena ketakutan akan syarat yang sulit dipenuhi. Sehingga perlu dilakukan kajian lebih mendalam tentang analisis keputusan nasabah terhadap minat pemilihan kredit

usaha rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI unit Pasar Baru Padang.

Berdasarkan uraian di atas, dari fenomena yang peneliti temukan dan karena adanya perbedaan terhadap hasil yang diteliti terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat di dalam pemilihan kredit peneliti mengambil judul “Analisis Faktor Minat Pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Untuk Modal Usaha pada Bank BRI Unit Pasar Baru Padang”

Penelitian ini mengambil sampel semua nasabah dari bank BRI di area unit pasar baru. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Sedangkan variabel independen adalah fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh fasilitas kredit terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas kredit terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa maupun masyarakat yang ingin mengetahui dan mempelajari tentang bagaimana keputusan nasabah terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI dan memberikan informasi tambahan serta bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini sebagai bahan referensi dan informasi tambahan dalam menganalisis keputusan nasabah terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI

b. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti dalam menganalisis keputusan nasabah terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI

c. Bagi peneliti lain

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan informasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya terutama tentang keputusan nasabah terhadap pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI.

1.5 Ruang Lingkup

1.5.1. Lingkup Teoritis

Untuk menjaga konsistensi pembahasan dan kerancuan serta untuk menghindari perluasan pembahasan maka penelitian ini dibatasi oleh teori tentang fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk terhadap minat pemilihan kredit usaha rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI dengan menggunakan model penelitian kuantitatif.

1.5.2. Lingkup Konseptual

Penelitian ini dilakukan untuk membahas tentang faktor analisis minat pemilihan kredit usaha rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank

BRI dimana akan dilihat pengaruh setiap variabel independen terhadap pemilihan kredit usaha rakyat (KUR) oleh nasabah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun oleh penulis dengan membagi uraian kedalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab.

Sistematika penulisan penelitian tersebut diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini meliputi penjelasan landasan teori yang digunakan untuk membahas secara singkat dari penelitian terdahulu. Bab ini juga meliputi kerangka pikiran yang melandasi hipotesis penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional yang mendeskripsikan variabel yang dipakai dalam penelitian sekalian melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel terkait dengan masalah jumlah populasi, kuantitas sampel yang diambil, dan teknik pengambilan sampel. Jenis dan sumber data yang mendeskripsikan gambaran mengenai jenis data yang akan dipakai

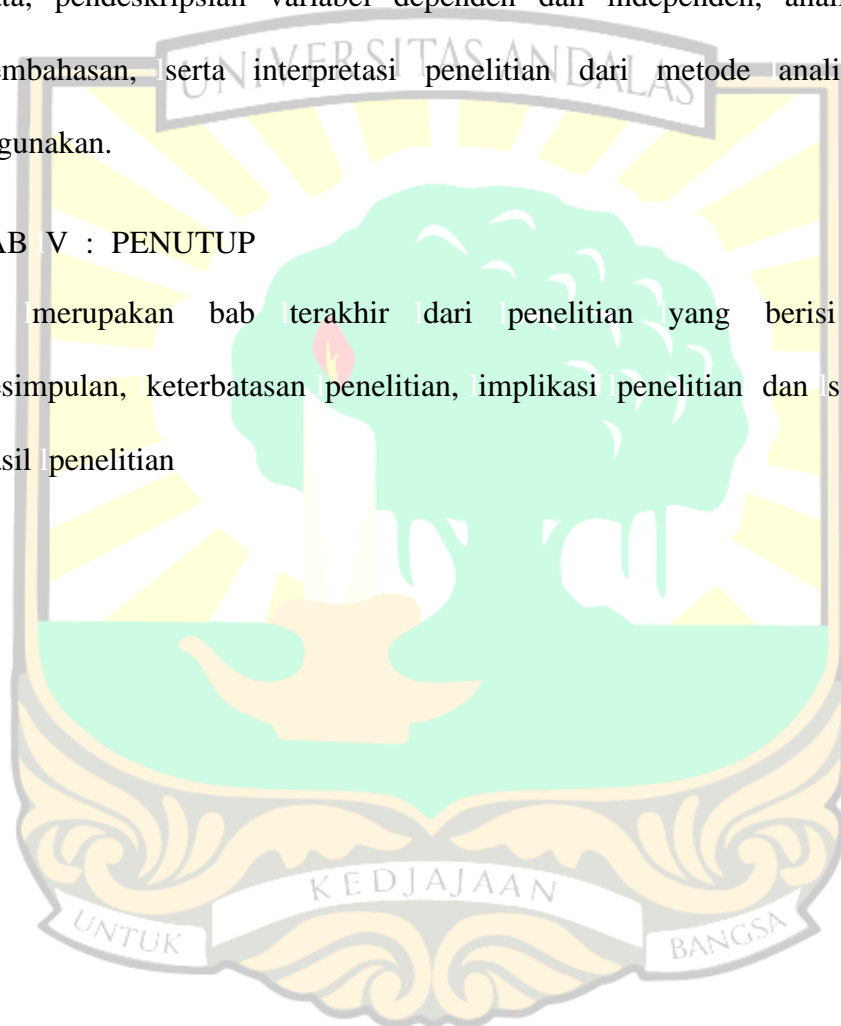
dalam penelitian. Metode analisis yang memperlihatkan bagaimana deskripsi bentuk analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi pembahasan mengenai analisis tentang pengolahan data, pendeskripsian variabel dependen dan independen, analisis data, pembahasan, serta interpretasi penelitian dari metode analisis yang digunakan.

BAB IV : PENUTUP

Ini merupakan bab terakhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian dan saran dari hasil penelitian



BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Adapun menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2003).

2.1.1.2 Jenis-jenis Bank

Menurut UU Pokok Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, jenis bank menurut fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Bank umum, yaitu bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Bank Perkreditan Rakyat, adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang

dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Jenis bank berdasarkan kepemilikannya dapat dibedakan sebagai berikut (Sobana, 2016):

1. Bank milik pemerintah

Bank milik pemerintah merupakan bank yang akta pendiriannya ataupun modal sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah sehingga keuntungannya dimiliki oleh pemerintah pula. Contoh bank milik pemerintah adalah Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Tabungan Negara (BTN). Contoh bank milik pemerintah daerah, antara lain Bank DKI, Bank Jabar, Bank Jateng, Bank Jatim, Bank DIY, Bank Riau, Bank Sulawesi Selatan, dan Bank Nusa Tenggara Barat.

2. Bank Milik Swasta Nasional

Bank milik swasta nasional merupakan bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional sehingga keuntungannya menjadi milik swasta pula. Contoh bank milik swasta nasional, antara lain Bank Central Asia (BCA), Bank Lippo, Bank Mega, Bank Danamon, Bank Bumi Putra, Bank Internasional Indonesia, Bank Niaga, dan Bank Universal.

3. Bank milik koperasi

Bank milik koperasi merupakan bank yang kepemilikan saham-sahamnya oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contoh

bank milik koperasi adalah Bank Umum Koperasi Indonesia (Bukopin).

4. Bank milik asing

Bank milik asing merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, atau seluruh sahamnya dimiliki oleh pihak asing (luar negeri). Contoh bank milik asing adalah ABN AMRO Bank, American Express Bank, Bank of America, Bank of Tokyo, Bangkok Bank, City Bank, Hongkong Bank, dan Deutsche Bank.

5. Bank milik campuran

Bank milik campuran merupakan bank yang sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional dan secara mayoritas sahamnya dipegang oleh warga negara Indonesia. Contoh bank campuran adalah Bank Finconesia, Bank Merincorp, Bank FDFCI, Bank Sakura Swadarma, Ing Bank, Inter Pacifik Bank, dan Mitsubishi Buana Bank.

2.1.1.3 Produk Bank

Secara general, bank mempunyai produk untuk sumber pendanaan (funding) dan produk untuk penyaluran dana (landing). Sumber pendanaan adalah produk bank untuk menerima uang dari masyarakat dan produk penyaluran dana adalah produk bank untuk menyalurkan kredit kepada debitur (Rarharjo & Elida, 2015).

Beberapa produk sumber pendanaan bank adalah sebagai berikut:

1) Tabungan

Tabungan adalah simpanan dana pihak ketiga (masyarakat) di bank yang pengambilan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Sebagai bukti kepemilikan tabungan, nasabah akan menerima sebuah buku tabungan. Pada beberapa bank, nasabah juga menerima kartu ATM sebagai pelengkap buku tabungan. Sekitar 15 tahun yang lalu, nasabah hanya dapat mengambil dana tabungan sekali di dalam satu hari. Namun saat ini, dengan perkembangan mesin ATM, nasabah dapat melakukan penarikan dana atau transfer dalam beberapa transaksi pada tanggal dan hari yang sama.

2) Deposito Berjangka

Deposito berjangka adalah simpanan dana pihak ketiga (masyarakat) di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu yang sudah disepakati antara pihak ketiga dengan bank. Bunga hasil pendapatan dari deposito ini dapat diambil tiap bulan selama jangka waktu perjanjian. Bunga tersebut juga dapat ditransfer langsung ke rekening tabungan pihak ketiga untuk memudahkan pihak ketiga di dalam mengambil hasil bunga deposito tersebut. Pada deposito berjangka ini juga berlaku sistem automatic roll over (ARO) yaitu sistem yang secara otomatis memperpanjang masa berlakunya perjanjian deposito tanpa mengharuskan pihak ketiga datang ke bank untuk memperpanjang masa deposito itu.

Pada umumnya, jenis simpanan ini digunakan pihak ketiga untuk menyimpan dana dalam jangka waktu lebih panjang dari simpanan

di tabungan. Biasanya, jangka waktu deposito berjangka adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Simpanan ini tidak dapat ditarik sebelum waktu jatuh tempo. Namun terdapat beberapa kebijakan bank yang mengizinkan pihak ketiga menarik kembali dananya sebelum jatuh tempo.

3) Giro

Giro adalah simpanan dana pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dan hanya dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau bilyet giro. Untuk penarikan tunai digunakan cek dan untuk pemindahbukuan digunakan bilyet giro. Jenis simpanan ini banyak digunakan oleh pihak ketiga untuk urusan bayar membayar dalam perdagangan. Cek adalah sebuah perintah membayar kepada bank untuk membayar sejumlah uang yang tercantum di dalam cek pada saat penyerahannya. Cek dapat dikeluarkan atau ditarik oleh pemilik rekening giro (giran) atas unjuk atau atas nama. Cek tidak dapat dibatalkan oleh penarik kecuali cek tersebut hilang atau dicuri dan harus disertai dengan surat keterangan dari kepolisian. Cek mempunyai jangka waktu berlakunya sejak diterbitkan oleh giran yaitu 70 hari. Bilyet giro merupakan perintah kepada bank untuk memindahbukukan sejumlah uang yang tercantum di dalam bilyet giro kepada pihak yang tercantum didalam bilyet giro pada tanggal yang tercantum di dalam bilyet giro tersebut. Biaya pemindahbukuan dibebankan

kepada pemilik bilyet giro dan dapat dibatalkan oleh penarik secara sepihak dengan disertai alasan pembatalan.

4) Deposito on Call

Deposito on Call adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan melakukan pemberitahuan terlebih dahulu dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dengan bank. Besarnya bunga dari deposito ini tergantung pada jangka waktu perjanjian.

5) Rekening Giro Terkait Tabungan

Pada umumnya, bunga giro lebih kecil daripada bunga tabungan. Bunga yang lebih kecil ini menyebabkan nasabah lebih suka menyimpan dananya pada tabungan daripada giro. Pada praktiknya, nasabah sulit untuk mengetahui posisi saldo giro terendah yang sesuai dengan kebutuhannya karena nasabah harus menghubungi bank atau datang ke bank untuk mengetahui saldo rekening gironya. Oleh sebab itu, bank menyediakan jasa rekening giro terkait tabungan dimana pada saat saldo rekening giro tidak mencukupi untuk membayar suatu tagihan maka secara otomatis bank akan menarik sebagian uang dari rekening tabungan untuk dimasukkan ke dalam rekening giro. Dengan demikian, nasabah cukup menyetorkan uangnya ke dalam rekening tabungan saja tanpa harus menyetor juga ke rekening giro.

Sumber pendanaan lain yang dapat diperoleh bank selain produk-produk di atas antara lain adalah sebagai berikut (Raharjo & Elida, 2015):

1) Call Money

Call Money adalah pinjaman uang dari bank lain yang berupa pinjaman jangka pendek. Pinjaman ini berasal dari pasar call money antar bank. Biasanya, dana ini dibutuhkan bank untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek terutama bila terjadi kalah kliring atau terjadi rush. Jangka waktu pinjaman ini dapat terjadi selama 1 hari (overnight) sampai 180 hari. Tingkat bunganya bervariasi dan sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan permintaan dana pada saat tertentu. Tingkat bunga call money dapat mencapai di atas tingkat suku bunga pinjaman yang berlaku di pasar.

2) Pinjaman Antar Bank

Seperti halnya sebuah usaha maka bank sebagai sebuah lembaga juga diperkenankan untuk meminjam uang dari lembaga lain. Bank diperkenankan pula untuk meminjam uang dari bank lain. Biasanya, bank sudah mempunyai rencana yang baik untuk melakukan peminjaman ini.

3) Setoran Jaminan

Setoran jaminan adalah sejumlah dana yang diserahkan oleh nasabah kepada bank karena bank memberikan jasa-jasa tertentu

kepada nasabah. Setoran jaminan tersebut digunakan sebagai kompensasi terhadap risiko yang ditanggung bank akibat pemberian jasa tersebut. Beberapa jasa yang memerlukan setoran jaminan adalah jasa Letter of Kredit (LC) dan Bank Garansi. Setoran jaminan ini tidak berbunga dan berjangka waktu sesuai dengan jangka waktu jasa yang diberikan bank. Uang yang mengendap pada pos setoran jaminan ini dapat digunakan bank sebagai sumber pendanaannya sesuai dengan jangka waktu jasa yang diberikan.

4) Dana Transfer

Sering kali nasabah melakukan pengiriman uang kepada nasabah lainnya untuk berbagai keperluan. Kebutuhan untuk melakukan pengiriman uang ini membutuhkan jasa bank. Bagi bank, dana transfer ini merupakan dana yang mengendap dalam jangka pendek. Dana ini merupakan dana murah karena tidak ada kewajiban bank untuk membayar bunga dan dapat digunakan bank untuk keperluan jangka pendek.

2.1.2 Kredit Usaha Rakyat (KUR)

2.1.2.1 Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah bagian dari program pemerintah yang ditujukan untuk mendukung pengembangan koperasi dan usaha kecil dan menengah yang layak usahanya untuk mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan dari kreditur, namun

kurang memiliki jaminan yang dipersyaratkan oleh kreditur. Sasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah koperasi dan UKM yang membutuhkan pendanaan dan dinyatakan layak oleh Lembaga keuangan, namun belum memiliki agunan cukup sesuai dengan ketentuan persyaratan pembiayaan (Ayasha, 2010).

Tujuan program KUR adalah untuk mempercepat pengembangan sektor-sektor primer dan pemberdayaan usaha skala kecil, untuk meningkatkan aksesibilitas terhadap kredit dan lembaga-lembaga keuangan, mengurangi tingkat kemiskinan, dan memperluas kesempatan kerja. Pada dasarnya KUR merupakan modal kerja dan kredit investasi yang disediakan secara khusus untuk unit usaha produktif melalui program penjaminan kredit.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu jenis kredit yang terbentuk dari hasil kerja sama dengan pemerintah. Kredit ini diberikan melalui bank sebagai kreditur atau penyedia dana untuk masyarakat yang ingin membangun usaha sendiri (Aidil, 2014). Kredit Usaha Rakyat, yang selanjutnya disingkat KUR, adalah kredit atau pembiayaan kepada Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif (Ania, 2015). Jangka waktu kredit terbagi tiga, yaitu :

- a. Kredit jangka pendek, berjangka waktu satu tahun.

- b. Kredit jangka menengah, berjangka waktu antara satu tahun sampai dengan tiga tahun.
- c. Kredit jangka panjang, berjangka waktu lebih dari tiga tahun.

2.1.2.2 Ketentuan Kredit Usaha Rakyat

Ketentuan (Kredit Usaha Rakyat) KUR penyaluran KUR diatur oleh pemerintah melalui peraturan menteri keuangan No.135/pmk.05/2008 tentang fasilitas penjaminan KUR yang telah diubah dengan peraturan menteri keuangan No. 10/pmk.05/2009. Beberapa ketentuan yang dipersyaratkan oleh pemerintah dalam penyaluran KUR adalah sebagai berikut (suplemen 4, serba-serbi KUR, Bank Indonesia): UKM yang dapat menerima fasilitas penjaminan adalah usaha produktif yang feasible namun belum Bankable dengan ketentuan:

1. Merupakan debitur baru yang belum pernah mendapat kredit/ pembiayaan dari perbankan yang dibuktikan dengan melalui sistem informasi debitur (sid) pada saat permohonan kredit/pembiayaan diajukan dan/ atau belum pernah memperoleh fasilitas kredit program dari pemerintah.
2. Khusus untuk penutupan pembiayaan KUR antara tanggal nota kesepakatan bersama (mou) penjaminan KUR dan sebelum addendum I (tanggal 9 Oktober 2007 s.d. 14 Mei 2008), maka fasilitas penjaminan dapat diberikan kepada debitur yang belum pernah mendapatkan pembiayaan kredit program lainnya

3. KUR yang diperjanjikan antara bank pelaksana dengan UMKM-K yang bersangkutan
4. KUR disalurkan kepada UMKM-K untuk modal kerja dan investasi dengan ketentuan:
 - a. Untuk kredit sampai dengan Rp5 juta, tingkat bunga kredit atau margin pembiayaan yang dikenakan maksimal sebesar atau setara 20-21% efektif pertahun
 - b. Untuk kredit di atas Rp5 juta rupiah sampai dengan Rp50 juta, tingkat bunga kredit atau margin pembiayaan yang dikenakan maksimal sebesar atau setara 9 % efektif pertahun.
 - c. Bank pelaksana memutuskan pemberian KUR berdasarkan penilaian terhadap kelayakan usaha sesuai dengan asas- asas perkreditan yang sehat, serta dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku. (Erlinda, 2014)

UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Jika seseorang menggunakan jasa kredit, maka ia akan dikenakan bunga tagihan. (Kasmir, 2013).

2.1.2.3 Jenis-Jenis KUR

Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada salah satu bank yaitu bank BRI terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

1. KUR Mikro

Penerima KUR mikro adalah individu/perorangan atau badan usaha yang melakukan usaha yang produktif. Dan penambahan dana berupa kredit modal kerja dan atau investasi dengan plafond sampai dengan 25 juta per debitur dengan rincian;

- a. Kredit modal kerja (kmk) jangka waktu maksimal 3 tahun
- b. Suku bunga sebesar 7% (tujuh persen) efektif pertahun atau disesuaikan dengan suku bunga/margin flat/anuitas yang setara.
- c. Tidak dipungut biaya provisi dan administrasi Dalam hal skema pembayaran KUR mikro, penerima KUR dapat melakukan pembayaran pokok dan suku bunga/margin KUR mikro secara langsung bekal badan/atau pembayaran sekaligus saat jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan antar penerima KUR dan penyalur KUR dengan memerhatikan kebutuhan skema pembiayaan masing-masing penerima.

2. KUR Ritel

Penerima KUR ritel adalah individu/ perorangan atau badan uasaha yang melakukan usaha yang produktif. Dan penempatan dana berupa kredit modal kerja dan atau investasi kepada

debitur yang memiliki usaha produktif dan layak dengan plafond 25 juta s.d 500 juta perdebitur dengan rincian;

- a. Kredit modal kerja (KMK) jangka waktu maksimal 4 tahun
 - b. Suku bunga sebesar 7% (tujuh persen) efektif pertahun atau disesuaikan dengan suku bunga/ marjin flat/ anuitas yang serta.
 - c. Tidak dipungut biaya provisi dan administrasi agunan sesuai ketentuan pada saat pengajuan.
 - d. Dalam hal skema pembayaran KUR kecil, penerima KUR dapat melakukan pembayaran pokok dan suku bunga marjin kecil secara angsuran berkala dan/atau pembayaran sekaligus saat jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan antara penerima KUR dan penyalur KUR dengan memperhatikan kebutuhan skema pembiayaan masing-masing penerima KUR.
3. KUR penempatan Tenaga Kerja Indonesia (TKI).
Dana diberikan untuk membiayai keberangkatan calon TKI ke negara penempatan dengan plafond sampai dengan 25 juta perorang dengan rincian;
- a. Suku bunga sebesar 7% (tujuh persen) efektif pertahun atau disesuaikan dengan suku bunga/marjin flat/anuitas yang setara.

- b. Tidak dipungut biaya provisi dan administrasi
- c. Jangka waktu maksimal 3 tahun atau sesuai kontrak kerja
- d. Tujuan negara penempatan yaitu Singapura, Hongkong, Taiwan, Brunei, Jepang, Korea Selatan, Malaysia.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Fasilitas Kredit

Fasilitas Kredit merupakan salah satu usaha dari perbankan untuk menyediakan layanan pembiayaan yang memadai bagi nasabah. Secara garis besar fasilitas kredit dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan fisik atau fasilitas pinjaman yang mempermudah nasabah pada urusan kredit atau pinjaman (Tjiptono, 2014). Pemahaman dan pemanfaatan fasilitas kredit perbankan dalam hal ini menyangkut tentang apakah fasilitas kredit yang disediakan telah sesuai dengan rencana peminjaman atau tidak (Suprpto, 2015).

Hal tersebut dimaksudkan agar calon debitur dapat memilih segala bentuk fasilitas kredit yang disediakan. Dengan begitu debitur akan mengenal fasilitas pembiayaan secara cermat dan pada gilirannya akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak bank bahwa debitur dapat mengelola dana pinjamannya dengan baik (Regar, Areros & Rogahang 2016). Adanya fasilitas kredit yang memadai akan mendorong minat nasabah dalam proses pengajuan kredit. Oleh sebab itu apabila fasilitas kredit telah sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam rangka pengembangan usaha, maka akan semakin bertambah pula minat

pengajuan kredit yang dilakukan oleh debitur (Amiyani & Yani, 2020).

Indikator untuk mengukur fasilitas kredit ini menurut Suprpto (2015) adalah sebagai berikut:

- a. Jenis pilihan kredit
- b. Jangka waktu kredit
- c. Fasilitas suku bunga
- d. Skema pembiayaan dan pengembalian

2.2.2 Persepsi Kemudahan Pinjaman

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan mengenai proses pengambilan sebuah keputusan (Setiawan, 2017). Pada proses pengambilan keputusan pembiayaan erat kaitannya dengan keyakinan seseorang bahwa melalui pembiayaan tersebut dapat meningkatkan kinerja usahanya. Persepsi kemudahan akan memengaruhi perilaku seseorang, yakni apabila semakin tinggi persepsi individu mengenai kemudahan menggunakan suatu produk, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan akan produk tersebut (Suhir, Suyadi & Riyadi, 2014). Persepsi kemudahan pinjaman juga termasuk ke dalam kemudahan akses nasabah untuk melakukan pembiayaan tanpa membutuhkan proses yang menyulitkan bagi nasabah (Rastari, 2019).

Adanya persepsi nasabah tentang kemudahan pinjaman baik dalam hal proses pengajuan, informasi pendukung dan kemudahan persyaratan memiliki pengaruh dalam hal mendorong minat nasabah untuk

mengambil sebuah pembiayaan. Nasabah akan tertarik dan berminat untuk melakukan pinjaman apabila terdapat kemudahan pada proses pengajuan kredit dan tidak menyusahkan bagi nasabah (Maharani & Suamperi, 2021).

Indikator untuk mengukur fasilitas kredit ini menurut Anjani (2023) adalah sebagai berikut:

- a. Jelas dan mudah dimengerti
- b. Fleksibel
- c. Mudah dipelajari
- d. Tidak menyulitkan pengguna
- e. Tahap instalasi yang mudah

2.2.3 Pengetahuan Produk Oleh Nasabah

Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai pengetahuan konsumen terhadap suatu produk tertentu yang akan dibeli dengan berbagai informasi yang didapatkan. Pengetahuan konsumen nantinya akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan pembelian (Dwiastuti, Shinta, & Isaskar, 2012). Dalam hal ini pengetahuan produk pinjaman oleh nasabah akan mempengaruhi minat seseorang untuk mengajukan pembiayaan. Hal ini dikarenakan semakin banyak informasi yang sesuai dengan pengetahuan konsumen tentang suatu produk maka akan mempengaruhi minat dan keputusan konsumen untuk menggunakannya (Mautia, 2019).

Perbedaan pengetahuan oleh nasabah akan menimbulkan perbedaan informasi dalam penggunaan sebuah layanan. Tingkat pengetahuan yang berbeda-beda dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan serta pilihan keputusan konsumen (Romdhoni, 2018). Mengingat bahwa pengetahuan diperlukan oleh masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan dalam upaya keputusan pengajuan kredit. Pengetahuan tentang suatu produk ini meliputi kategori produk, merek, harga produk terminology produk, fitur produk dan kepercayaan (Megawaty, 2015).

Indikator untuk mengukur fasilitas kredit ini menurut Suwarman (2014) adalah sebagai berikut:

- a. Pemahaman tentang syarat kredit
- b. Pengetahuan tentang KUR
- c. Pengetahuan terkait
- d. Informasi kredit,
- e. Pengetahuan tentang alur pengajuan kredit

2.2.4 Minat Pemilihan Kredit KUR

Menurut Muhammad (2011), minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan sebuah perilaku untuk membeli dan memilih suatu produk. Minat pada dasarnya akan menimbulkan suatu keputusan pengambilan atau pembelian suatu produk/jasa tertentu. Hal ini menyangkut penentuan tindakan yang akan dilakukan seseorang untuk melakukan keputusan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan dana yang

tersedia. Minat pada dasarnya mencerminkan rencana seseorang untuk membeli suatu produk tertentu (Alissa, Aziz & Savitri, 2018). Minat seseorang akan muncul apabila individu tertarik terhadap suatu hal karena sesuai dengan kebutuhannya dan merasakan bahwa produk tersebut akan memberikan kebermanfaatan.

Minat terhadap pengajuan kredit merupakan keinginan dalam diri nasabah untuk mengakses segala bentuk fasilitas kredit atau pembiayaan bagi UMKM. Munculnya minat kredit ditimbulkan oleh adanya kemauan seseorang untuk mencukupi kebutuhan modal usaha yang dimilikinya sesuai dengan kemampuan pengembalian dana maupun risiko yang mungkin terjadi (Adi, Sumarwan & Fahmi, 2018). Minat ini muncul dari perilaku konsumen akan sebuah produk, yaitu berasal dari kepercayaan konsumen tentang kualitas produk yang ditawarkan. Tingginya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk akan memunculkan semakin tinggi juga minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut (Anwar & Afifah, 2018).

Indikator untuk mengukur fasilitas kredit ini menurut Adi (2018) adalah sebagai berikut:

- a. Minat karena kemudahan
- b. Minat karena kebutuhan pembiayaan
- c. Minat karena fasilitas kredit
- d. Minat rekomendasi kredit

2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengambilan keputusan kredit KUR pada bank yaitu:

Ni Luh Putu Kartika Dewi, Ida Bagus Putu Purbadharmaja (2019) melakukan penelitian dengan judul Penelitian yang berjudul Minat Pemilik Usaha Kerajinan Bambu Dalam Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Di Kabupaten Bangli. Penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi program, pengetahuan, persepsi suku bunga dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemilik usaha industri kerajinan bambu dalam program KUR baik secara parsial maupun simultan.

Wicaksono. M, A.Z. Siregar, S.A. Dachi (2022) melakukan penelitian yang berjudul Minat Petani Padi Sawah Terhadap Penggunaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Di Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Nias. Pada penelitian ini menunjukkan sosialisasi program KUR dan karakteristik program KUR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan KUR, sedangkan keterlibatan penyuluh pertanian tidak berpengaruh terhadap penggunaan KUR.

Jessa Satia Anbiya dan Renny (2020) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Inti dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Pinjaman Bank BRI Oleh Karyawan PDAM Cabang Bekasi. Pada penelitian ini menunjukkan tingkat suku bunga, kualitas pelayanan inti dan

kualitas pelayanan periferan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas pinjaman Bank BRI.

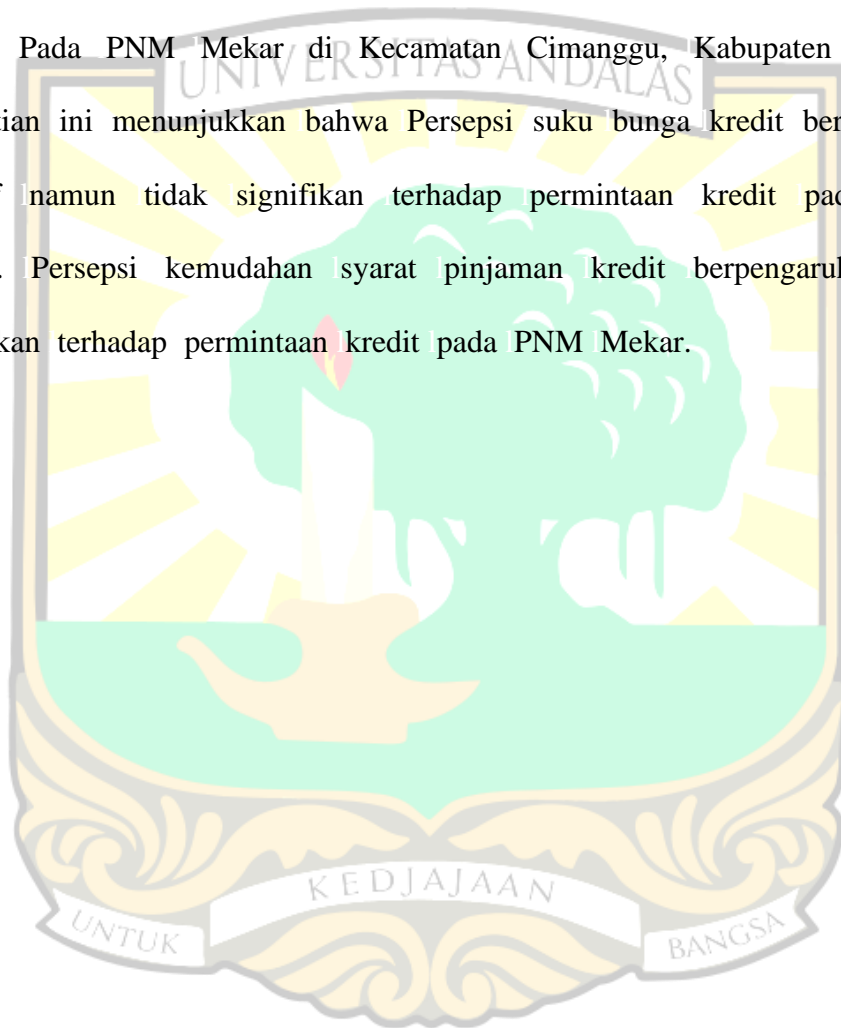
S.W Ningsih, L. Madaniah, dan Gunardi (2022) melakukan penelitian yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Suniaraja. Pada penelitian ini membuktikan bahwasanya secara parsial produk, tempat, promosi, proses juga karyawan tidak berdampak terhadap minat nasabah, tetapi harga juga bukti fisik berpengaruh terhadap minat nasabah. Secara simultan semua variabel berdampak terhadap minat nasabah untuk memilih produk KUR di Bank Syariah Indonesia KC Bandung Suniaraja.

Siti Aisyah dan Muhammad Arif (2023) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk KUR berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan KUR Syariah di Bank Syariah Indonesia.

Novita Rosanti dan Annisa Nurul Afifah (2023) melakukan Penelitian dengan judul Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Pembiayaan Usaha Rakyat Pada Bank Syariah Di Kota Makassar. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap Pembiayaan Usaha Rakyat pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. KC Pettarani Makassar termasuk dalam kategori tingkat persepsi yang sangat baik, dengan artian persepsi

masyarakat mempunyai pengaruh terhadap pembiayaan Usaha Rakyat di Kota Makassar.

Tamara Lauralia, Nunik Kadarwati dan Supardi (2022) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pendapatan, Persepsi Suku Bunga Kredit dan Persepsi Kemudahan Syarat Pinjaman Kredit Terhadap Permintaan Kredit Pada PNM Mekar di Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap. Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi suku bunga kredit berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap permintaan kredit pada PNM Mekar. Persepsi kemudahan syarat pinjaman kredit berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan kredit pada PNM Mekar.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ni Luh Putu Kartika Dewi, Ida Bagus Putu Purbadharmaja	Penelitian yang berjudul Minat Pemilik Usaha Kerajinan Bambu Dalam Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Di Kabupaten Bangli	Sosialisasi Program (X1), Pengetahuan Usaha (X2), Persepsi suku bunga (X3), Pendapatan (X4),	Model Logit	Penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi program, pengetahuan, persepsi suku bunga dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemilik usaha industri kerajinan bambu dalam program KUR baik secara parsial maupun simultan.
2	Makruf Wicaksono, Ameilia Zuliyanti Siregar, Sonialai Angelina Dachi.	Minat Petani Padi Sawah Terhadap Penggunaan Kredit Usaha Rakyat (Kur) Di Kecamatan Teluk Dalam, Kabupate	Karakteristik Petani (X1), Keterlibatan penyuluh pertanian (X2),	Kuantitatif pendekatan deskriptif	Penelitian ini menunjukkan sosialisasi program KUR dan karakteristik program

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Nias	Sosialisasi Program Kredit Usaha Rakyat (X3), Karakteristik Program Kredit Usaha Rakyat (X4).		KUR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan KUR, sedangkan keterlibatan penyuluh pertanian tidak berpengaruh terhadap penggunaan KUR
3	Jessa Satia Anbiya, Renny	Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Pinjaman Bank Bri Oleh Karyawan Pdam Cabang Bekasi	Suku Bunga (X1), Kualitas Pelayanan Inti (X2), Kualitas Pelayanan Periferal (X3), Keputusan Pengambilan Kredit (Y).	Penelitian Asosiatif	Pada penelitian ini menunjukkan tingkat suku bunga, kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas pinjaman Bank BRI.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Siti Widia Ningsih, Lulu Madaniah, Gunardi	Strategi Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Suniaraja	Bauran Pemasaran (X), Minat Nasabah (Y)	Kuantitatif pendekatan deskriptif	Pada penelitian ini membuktikan bahwasanya secara parsial produk, tempat, promosi, proses juga karyawan tidak berdampak terhadap minat nasabah, tetapi harga juga bukti fisik berpengaruh terhadap minat nasabah. Secara simultan semua variabel berdampak terhadap minat nasabah untuk memilih produk KUR di Bank Syariah Indonesia KC Bandung Suniaraja.



No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Siti Aisyah dan Muhammad Arif	Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan.	Pengetahuan (X1), Kesadaran (2), Keputusan Nasabah (Y)	Penelitian Lapangan (Field Research)	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk KUR berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan KUR Syariah di Bank Syariah Indonesia.
6	Novita Rosanti dan Annisa Nurul Afifah	Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Pembiayaan Usaha Rakyat Pada Bank Syariah Di Kota Makassar	Penyerapan terhadap rangsang atau obyek diluar individu, pemahaman atas informasi, penilaian atau evaluasi	Metode Deskriptif Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap Pembiayaan Usaha Rakyat pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. KC Pettarani Makassar termasuk dalam kategori tingkat persepsi yang sangat

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7	Tamara Lauralia, Nunik Kadarwati dan Supardi	Pengaruh Pendapatan, Persepsi Suku Bunga dan Kemudahan Pinjaman Terhadap Kredit Pada PNM Mekar di Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap.	Pendapatan, Bunga, Persepsi Syarat Kredit	Pendapatan, persepsi suku Bunga, persepsi kemudahan	<p>baik, dengan artian persepsi masyarakat mempunyai pengaruh terhadap pembiayaan Usaha Rakyat di Kota Makassar.</p> <p>Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi suku bunga kredit berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap permintaan kredit pada PNM Mekar. Persepsi kemudahan syarat pinjaman kredit berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan kredit pada PNM Mekar.</p>

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Fasilitas Kredit Terhadap Minat Pemilihan Kredit

KUR

Fasilitas Kredit merupakan salah satu usaha dari perbankan untuk menyediakan layanan pembiayaan yang memadai bagi nasabah. Secara garis besar fasilitas kredit dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan fisik atau fasilitas pinjaman yang mempermudah nasabah pada urusan kredit atau pinjaman (Tjiptono, 2014). Fasilitas kredit yang diberikan oleh pihak perbankan diantaranya jenis pilihan kredit, jangka waktu untuk melakukan kredit, tingkat suku bunga hingga skema pembiayaan dan pengembalian (Suprpto, 2015). Fasilitas kredit diberikan untuk suatu tujuan tertentu. Tujuan pemberian fasilitas kredit adalah mencari keuntungan dan membantu nasabah. Fasilitas kredit yang ditawarkan oleh pihak bank akan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah yang akan melakukan pemilihan kredit di bank yang bersangkutan.

Faktor kemudahan dalam akses fasilitas kredit seperti tingkat suku bunga yang rendah cenderung membuat kredit usaha rakyat lebih menarik bagi para pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Anbiya dan Renny (2020) menyebutkan bahwa tingkat suku Bunga memberikan pengaruh terhadap fasilitas pinjaman pada bank BRI. Hal ini menandakan bahwa tingkat fasilitas kredit yang mudah dijangkau

oleh nasabah akan memilih kredit usaha rakyat sebagai sumber pembiayaan yang lebih mudah diakses.

Selain daripada suku bunga, fasilitas kredit lainnya seperti jangka waktu kredit akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pemilihan kredit usaha. Para pelaku usaha seringkali lebih condong memilih jangka waktu sesuai dengan keinginan mereka, seperti modal jangka pendek. Apabila pihak perbankan menyediakan fasilitas kredit yang sesuai dengan keinginan nasabah, maka akan mempengaruhi nasabah dalam memilih kredit usaha di Bank tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Anjani dan Purnamasari (2023) bahwa fasilitas kredit mempunyai pengaruh terhadap minat pemilihan kredit nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Fasilitas kredit berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit usaha rakyat (KUR)*

2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pemilihan Kredit KUR

Persepsi kemudahan syarat pinjaman kredit dapat diartikan sebagai tanggapan atau penilaian masyarakat mengenai hal-hal yang harus ada dalam melakukan pinjaman kredit. Huda et al., (2019) kemudahan dalam pengajuan pinjaman merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah untuk mengajukan kredit pada suatu bank.

Semakin mudah persyaratan pengajuan pinjaman maka minat nasabah dalam melakukan kredit akan semakin tinggi. Sejalan dengan penelitian Supriyadi (2019) menjelaskan bahwa kemudahan dalam mengajukan kredit menjadi pengaruh dalam minat pemilihan kredit masyarakat. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Lauralia, Kadarwati dan Supadi (2022) menyebutkan bahwa kemudahan pengajuan pinjaman yang diberikan oleh PNM Mekar meningkatkan minat dan keputusan nasabah untuk melakukan pinjaman di PNM Mekar.

Persepsi kemudahan yang diberikan oleh pihak bank dalam hal kredit memberikan dampak signifikan terhadap minat nasabah melakukan kredit. Persepsi kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan dalam mengajukan kredit, dan kemudahan dalam persyaratan kredit, menghasilkan minat nasabah yang tinggi untuk melakukan kredit. Kemudahan yang diberikan akan menjadikan hal menarik bagi nasabah, karena mereka menjadi lebih termotivasi dan mampu untuk memperoleh dana usaha yang dibutuhkan dengan cepat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit usaha rakyat (KUR)*

2.4.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Pemilihan Kredit KUR

Menurut Beattly dan Smith (2018), mendefinisikan pengetahuan produk sebagai konsumen memiliki persepsi terhadap tertentu produk, termasuk pengalaman sebelumnya menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu semakin tinggi pengetahuan seseorang, maka peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk akan semakin tinggi juga. Sebaliknya, apabila pengetahuan seseorang semakin rendah, maka peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk akan semakin rendah pula. Menurut Rao dan Sieben (2018) mengungkapkan bahwa pengetahuan produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk.

Adapun pada penelitian Kurniasari (2018) menunjukkan bahwa keputusan nasabah untuk melakukan pinjaman kredit dipengaruhi oleh pengetahuan produk sebuah layanan. Hal ini disebabkan dengan bertambahnya informasi yang sesuai dengan pengetahuan konsumen tentang suatu produk maka akan mempengaruhi minat dan keputusan konsumen untuk menggunakannya. Hasil yang konsisten juga dijelaskan melalui penelitian Adikta (2020) bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk perbankan dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan produk pembiayaan atau kredit pada Bank Syariah.

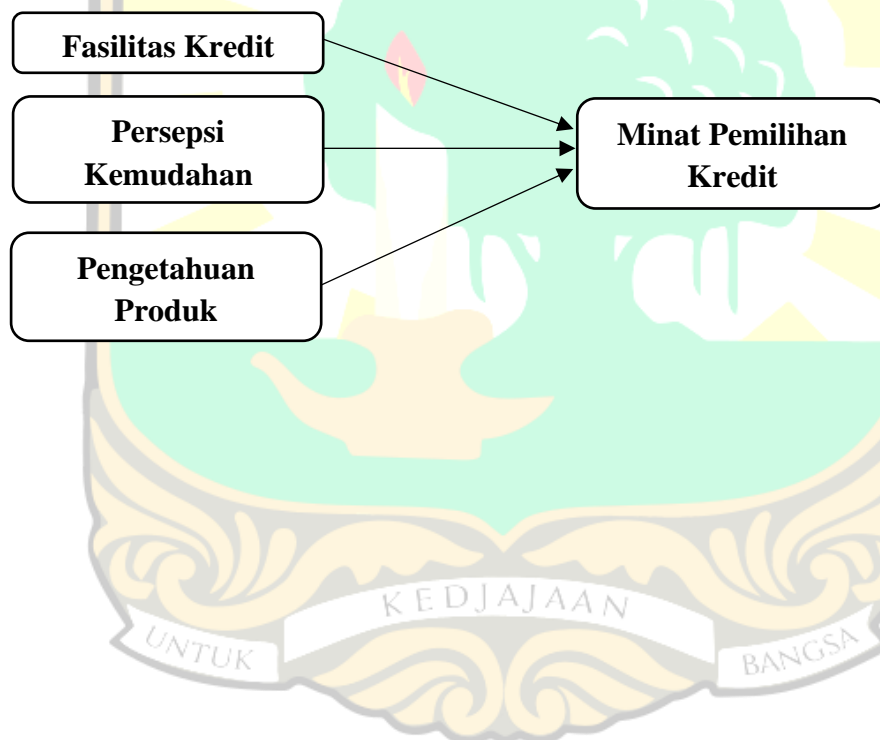
Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit usaha rakyat (KUR)*

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran akan menjelaskan keterkaitan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya dengan model sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara sistematis dan terarah agar penelitian dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian (Tika, 2015). Sehingga dapat dikatakan bahwa desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data (Sekaran, 2017).

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang berdasarkan kepada filsafat positivism yang berguna untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan analisis data yang bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2021).

Menurut Arifin (2017), uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan.

Objek pada penelitian ini adalah nasabah bank BRI KCP Pasar baru yang bertujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi minat

nasabah terhadap pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI unit pasar baru Padang

3.2 Populasi dan Sampel

1.2.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013) populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini nasabah yang terdaftar di Bank BRI KCP Pasar Baru Padang sebanyak 1003 nasabah.

1.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2021). Karena banyaknya jumlah populasi, maka diambil sampel dari populasi yang ada. Peneliti sangat memerlukan pengambilan sampel mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, dan kemampuan yang ada tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Jumlah sampel penelitian ini diambil 10% dari populasi penelitian sebagaimana (Dermawan, 2013) menjelaskan bahwa jika populasi diatas 1000, sampel sekitar 10% sudah cukup sehingga jumlah sampel penelitian ini adalah 10% dari populasi yakni 100 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang diambil berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2021). Adapun kriteria inklusi dalam pengambilan sampel

yaitu nasabah yang memiliki kategori usia minimal 21 tahun. Pengambilan sampel penelitian yang dapat mewakili populasi juga dapat ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

N : ukuran populasi

e : standar error (10%) yaitu 0,1

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.003}{1 + 1.003 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.003}{11,03}$$

$$n = 90,93 = 91$$

Dari hasil tersebut didapatkan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 91. Kemudian peneliti membulatkan jumlah sampel yang akan diolah datanya menjadi 100 responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini langsung diperoleh dari sumber data di dalam objek penelitian yaitu nasabah Bank BRI KCP Pasar Baru Padang. Data yang dikumpulkan berdasarkan penyebaran survei online

yaitu melalui kuesioner yang disebar melalui google form kepada responden. Kuesioner yang disebar berisi pertanyaan-pertanyaan yang dapat mengukur variabel yang diteliti.

3.4 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

1.4.1. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini faktor yang termasuk dalam variabel yang mempengaruhi minat nasabah dalam pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha yaitu fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk nasabah.

1.4.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan didalam penelitian ini yaitu variabel independen atau variabel bebas yang meliputi Fasilitas Kredit (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Pengetahuan Produk (X3). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat adalah Minat Pemilihan Kredit KUR. Untuk lebih jelas variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Definisi Operasional dan Indikator

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	Minat Pemilihan Kredit	Kemauan seseorang untuk mencukupi kebutuhan modal usaha yang dimilikinya dengan kemampuan pengembalian dana maupun risiko yang mungkin terjadi	Minat karena kemudahan, minat karena kebutuhan pembiayaan, minat karena fasilitas kredit, minat rekomendasi	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		Sumarwan & Fahmi, 2018)	kredit (Adi, 2018)	
	Fasilitas Kredit	Kredit merupakan salah satu usaha dari perbankan untuk menyediakan layanan pembiayaan yang memadai bagi nasabah. Secara garis besar fasilitas kredit dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan fisik atau fasilitas pinjaman yang mempermudah nasabah pada urusan kredit atau pinjaman (Tjiptono, 2014)	Jenis pilihan kredit, jangka waktu kredit, fasilitas suku bunga, skema pembiayaan dan pengembalian (Suprpto, 2015)	Likert 1-5
	Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan pinjaman termasuk ke dalam kemudahan akses untuk melakukan pembiayaan tanpa membutuhkan proses yang menyulitkan bagi nasabah (Rastari, 2019).	Jelas dan mudah dimengerti, fleksibel, mudah dipelajari, tidak menyulitkan pengguna, tahap instalasi yang mudah (Anjani, 2023)	Likert 1-5
	Pengetahuan Produk	Pengetahuan produk dapat diartikan sebagai pengetahuan konsumen terhadap suatu produk tertentu yang akan dibeli dengan berbagai informasi yang didapatkan. Pengetahuan konsumen nantinya akan mempengaruhi seseorang dalam	Pemahaman tentang syarat kredit, pengetahuan tentang KUR, pengetahuan terkait informasi kredit, pengetahuan tentang alur pengajuan kredit	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		mengambil keputusan pembelian (Dwiastuti, Shinta, & Isaskar, 2012)	sebuah (Suwarman, 2014)	

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner online menurut variabel-variabel penelitian dengan menggunakan ukuran yang sesuai dengan variabel tersebut. Pengukuran yang ingin dilakukan oleh mahasiswa menggunakan pertanyaan yang telah disediakan dan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang valid untuk mengukur sikap responden (Sekaran, 2017). Masing-masing skor responden diperoleh dari jumlah seluruh bobot skor (Fred, 1981). Setiap jawaban diberikan penilaian sebagai berikut :

- a. Nilai 1 (Sangat Tidak Setuju)
- b. Nilai 2 (Tidak Setuju)
- c. Nilai 3 (Netral)
- d. Nilai 4 (Setuju)
- e. Nilai 5 (Sangat Setuju)

1. Minat Pemilihan Kredit

Untuk mengukur jawaban pada setiap indikator minat pemilihan kredit digunakan skala likert 1-5, maka setiap jawaban diberikan penilaian sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1

- b. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- c. Netral (N) dengan nilai 3
- d. Setuju (S) dengan nilai 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

2. Fasilitas Kredit

Untuk mengukur jawaban pada setiap indikator fasilitas kredit digunakan skala likert 1-5, maka pada setiap jawaban diberikan penilaian sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1
- b. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- c. Netral (N) dengan nilai 3
- d. Setuju (S) dengan nilai 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

3. Persepsi Kemudahan

Untuk mengukur jawaban pada setiap indikator persepsi kemudahan digunakan skala likert 1-5, maka setiap jawaban diberikan penilaian sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1
- b. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- c. Netral (N) dengan nilai 3
- d. Setuju (S) dengan nilai 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

4. Pengetahuan Produk

Untuk mengukur jawaban pada setiap indikator pengetahuan produk digunakan skala likert 1-5, maka setiap jawaban diberikan penilaian sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1
- b. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- c. Netral (N) dengan nilai 3
- d. Setuju (S) dengan nilai 4
- e. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

3.6 Teknik Analisis Data

1.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan dan bertujuan untuk menarik kesimpulan.

1.6.2. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah indikator pada kuesioner valid atau tidak. Menurut Ghozali (2016) suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner itu mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validasi pada penelitian ini menggunakan software SPSS 26. Dalam pengujian ini setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel. Kriteria penilaian uji validasi adalah:

1. Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka dikatakan valid
2. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka dikatakan tidak valid

1.6.3. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Sedangkan Menurut (Gunawan, 2018) “uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruksi-konstruksi pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam suatu bentuk kuisisioner”. Instrumen yang *reliabel* adalah instrumen yang bila digunakan akan menghasilkan data yang sama. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka indikator pada kuesioner tidak *reliable*.

1.6.4. Uji Asumsi Klasik

1.6.4.1. Uji Normalitas

Pengujian ini berkaitan dengan model regresi yang bertujuan untuk menguji variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas ini disebut juga dengan uji *Kolmogorov Smirnov* yang bisa menguji apakah data memiliki distribusi normal atau tidak dengan kriteria jika:

1. Nilai signifikan atau probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.
2. Nilai signifikan atau probabilitas $< 0,05$ maka data terdistribusi secara tidak normal

1.6.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF) (Gunawan, 2016). Multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance value $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 (Ghozali, 2016).

1.6.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *scatterplot* yaitu dengan melihat sebaran pola titik pada *scatterplot* regresi (Ghozali, 2016).

3.7 Uji Hipotesis

1.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. (Gunawan, 2018) “Regresi linear berganda yaitu digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh

antara variabel independen dan dependen”. Metode ini digunakan penulis untuk mengetahui pengaruh hubungan dari variabel-variabel independen, yaitu Fasilitas Kredit (X1), dan Persepsi Kemudahan (X2) dan Pengetahuan Produk (X3) terhadap variabel dependen yaitu Minat Pemilihan Kredit (Y). Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 26 for Windows*. Adapun model persamaan yang digunakan (Sugiyono, 2015) yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

Y : Minat Pemilihan Kredit

β_0 : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien x

X₁ : Fasilitas Kredit

X₂ : Persepsi Kemudahan

X₃ : Pengetahuan Produk

ε : *Standard error*

1.7.2. Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Menurut (Gunawan, 2018), kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika t hitung $>$ t tabel dengan nilai signifikansi $<$ α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
2. Jika t hitung $<$ t tabel dengan nilai signifikansi $>$ α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

1.7.3. Uji Statistik f (Simultan)

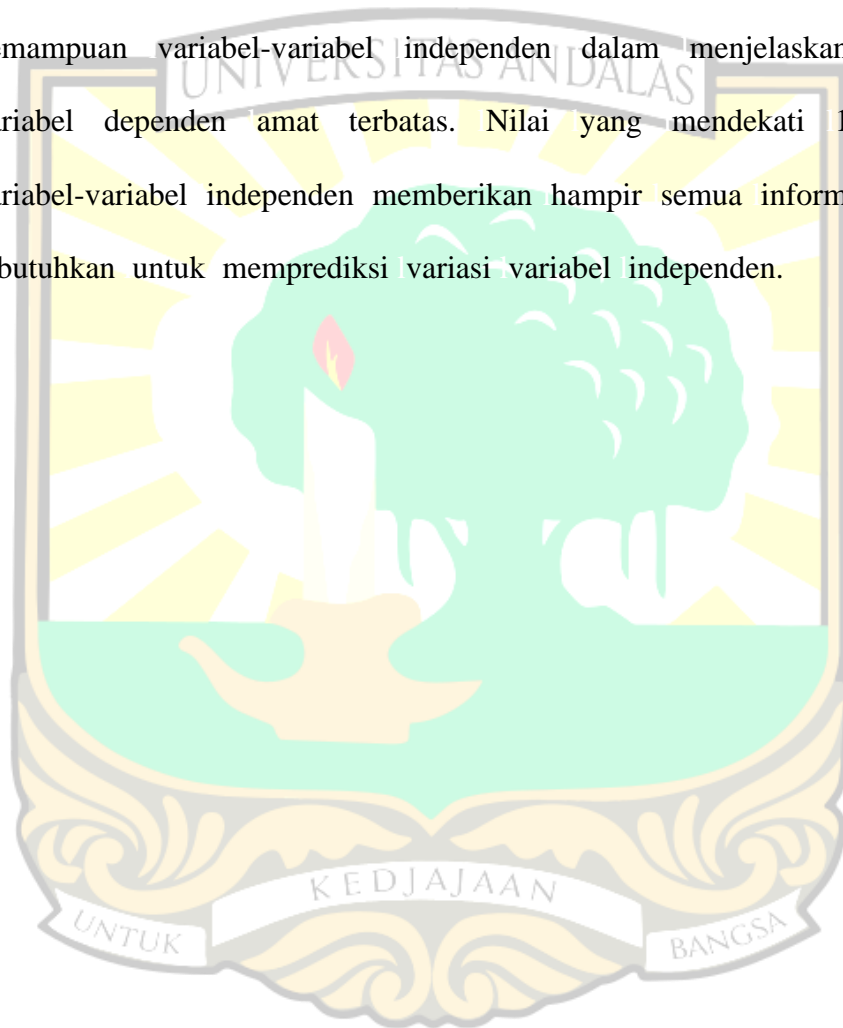
Uji f simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini disebut juga dengan pengujian signifikan bersamaan (*overall significance*) terhadap garis regresi yang ingin menguji apakah variabel dependen secara linear berhubungan dengan seluruh variabel independen.

Menurut (Gunawan, 2018), kriteria dari pengujian uji f simultan adalah sebagai berikut:

1. Jika F hitung $>$ F tabel dengan nilai signifikansi $<$ α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
2. Jika F hitung $<$ F tabel dengan nilai signifikansi $>$ α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

1.7.4. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut (Ghozali, 2018), Mengatakan bahwa uji R^2 (koefisien determinasi) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1. Hasil Penelitian

2.1.1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, data diambil dari nasabah BRI unit Pasar baru Padang sebanyak 100 orang responden. Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Tujuannya adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini akan membahas tentang profil responden berdasarkan kuisioner yang telah disebar. Profil yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Jenis kelamin

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin terlihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang atau 43%, sedangkan jenis

kelamin perempuan sebanyak 57 orang atau 0%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
21 - 25 Tahun	9	9%
26 - 30 Tahun	33	33%
31 - 35 Tahun	26	26%
36 - 40 Tahun	18	18%
> 40 Tahun	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas usia responden dengan kriteria 21 - 25 tahun sebanyak 9 orang atau 9%, lalu usia 26 - 30 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, usia 31 - 35 tahun sebanyak 26 orang atau 26%, usia 36 - 40 tahun sebanyak 18 orang atau 18%, dan usia diatas 40 sebanyak 14 orang atau 14% responden. Sehingga terlihat bahwa responden terbanyak diantara umur 26 - 30 tahun.

3. Lama Usaha

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan lama usaha yang dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 3.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
6 - 12 Bulan	11	11%
1 - 2 Tahun	21	21%
3 - 5 Tahun	41	41%
> 6 tahun	27	27%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden berdasarkan lama usaha. Responden dengan usaha 6-12 bulan sebanyak 11 orang atau 11%, responden dengan lama usaha 1-2 tahun sebanyak 21 orang atau 21%, responden dengan lama usaha 3-5 tahun sebanyak 41 orang atau 41% dan responden dengan lama usaha di atas 6 tahun sebanyak 27 orang atau 27%.

4. Pendapatan

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan pendapatan perbulan yang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 3.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1 - 3 Juta	68	68%
3 - 6 Juta	25	25%
> 6 Juta	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden berdasarkan lama usaha. Responden dengan pendapatan 1-3 juta perbulan

sebanyak 68 orang atau 68%, responden dengan pendapatan 3-6 juta perbulan sebanyak 25 orang atau 25%, responden dengan pendapatan di atas 6 juta sebanyak 7 orang atau 7%. Maka dapat dilihat bahwa mayoritas responden berpenghasilan 1-3 juta perbulan.

4.2. Analisis Deskriptif Penelitian

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Jawaban dari kuesioner ini diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2020. Berikut adalah hasil penjabaran dari masing-masing variabel.

4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Minat Pemilihan Kredit KUR

Minat pemilihan kredit nasabah berdasarkan hasil kuesioner dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.5
Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pemilihan Kredit

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata
Saya berminat untuk menggunakan pinjaman KUR karena prosedurnya simpel.	0	2	11	63	24	100	4,09
Saya ingin melakukan pinjaman KUR karena tidak ribet	1	0	22	52	25	100	4
Saya tertarik melakukan pinjaman KUR untuk mengembangkan usaha saya.	0	2	9	60	29	100	4,16

Saya membutuhkan biaya untuk UMKM saya yang sedang menurun omsetnya sehingga saya tertarik dengan KUR ini.	1	1	13	56	29	100	4,11
Pembiayaan KUR yang memiliki berbagai fasilitas kredit membuat saya tertarik untuk menggunakannya	0	0	15	52	33	100	4,18
Fasilitas kredit yang ditawarkan membuat saya berminat	0	2	13	55	30	100	4,13
Saya berminat karena disarankan oleh keluarga untuk mengambil pembiayaan KUR ini untuk modal usaha	0	2	17	55	26	100	4,05
Saya mengikuti rekomendasi dari pelaku UMKM lain sehingga saya tertarik untuk mengajukan pinjaman kredit.	0	1	9	58	32	100	4,21
Total Skor	2	10	109	451	228		4,12
Rata-rata	0,3	1,3	13,6	56,4	28,5		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden dalam memberikan jawaban disetiap item pernyataan untuk variabel minat pemilihan kredit. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju disetiap pernyataan dengan nilai rata-rata 4,12. Sedangkan item pernyataan dengan rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 8 dengan nilai rata-rata 4,21 dan nilai terendah pada pernyataan no 2 dengan rata-rata 4.

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Kredit

Jawaban responden berdasarkan variabel fasilitas kredit dapat dilihat berdasarkan hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 3.6
Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Kredit

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata
Saya sudah memahami fasilitas kredit KUR yang mana yang cocok dengan kebutuhan saya	2	1	13	23	61	97	4,03
Fasilitas kredit yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya	1	0	3	31	65	99	4,26
Jangka waktu kredit KUR yang diberikan cukup panjang.	3	1	22	21	53	96	3,9
Saya memilih jangka waktu kredit yang tidak memberatkan	1	0	4	31	64	99	4,25
Fasilitas suku bunga KUR BRI lebih rendah dibandingkan bank lain	1	1	16	24	58	98	4,03
Suku bunga tiap pilihan kredit menyesuaikan sehingga UMKM yang menengah kebawah tetap dapat bersaing.	1	1	11	32	55	98	4,16
Fasilitas pembiayaan KUR BRI sangat bervariasi	2	2	21	24	51	96	3,93

Pengembalian KUR BRI memiliki tenggang waktu yang tidak memberatkan	2	1	14	25	58	97	4,04
Total Skor	13	7	104	211	465		4,08
Rata-rata	1,6	0,9	13,0	26,4	58,1		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden dalam memberikan jawaban disetiap item pernyataan untuk variabel fasilitas kredit. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat disetiap pernyataan dengan nilai rata-rata 4,08. Sedangkan item pernyataan dengan rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 4 dengan nilai rata-rata 4,25 dan nilai terendah pada pernyataan no 3 dengan rata-rata 3,9.

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan

Jawaban responden berdasarkan variabel persepsi kemudahan dapat dilihat berdasarkan hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 3.7
Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata
Saya bisa memahami dengan mudah jenis-jenis produk KUR yang ditawarkan BRI	0	0	7	36	57	100	4,29

Informasi dari brosur yang diberikan kepada saya terkait kredit KUR mudah dimengerti	2	1	5	28	64	100	4,16
Pengajuan KUR tidak harus menunggu saat tertentu	0	0	8	35	57	100	4,27
Waktu pengajuan yang relatif singkat	1	0	10	28	61	100	4,16
Saya dapat memahami dengan mudah tentang KUR hanya dari brosur	1	0	10	29	60	100	4,17
Informasi dari website BRI terkait KUR sangat dan bisa dipelajari dengan mudah	1	1	8	29	61	100	4,16
Persyaratan untuk pengajuan KUR BRI tidak sulit untuk dipenuhi	3	0	16	25	56	100	4,03
Proses pencairan dana KUR setelah persyaratan lengkap dan nanti akan dihubungi oleh pihak BRI dalam jangka 7-14 hari kerja	0	0	16	28	56	100	4,12
Total Skor	8	2	80	238	472		4,17
Rata-rata	1,0	0,3	10,0	29,8	59,0		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden dalam memberikan jawaban disetiap item pernyataan untuk variabel persepsi kemudahan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat disetiap pernyataan dengan nilai rata-rata 4,17. Sedangkan item pernyataan dengan rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dengan

nilai rata-rata 4,29 dan nilai terendah pada pernyataan no 7 dengan rata-rata 4,03.

4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk

Jawaban responden berdasarkan variabel pengetahuan produk dapat dilihat berdasarkan hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 3.8
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata
Saya paham tentang syarat yang harus disiapkan untuk melakukan kredit KUR	2	1	13	28	56	100	4,08
Saya mengerti dan memenuhi semua syarat kredit untuk pengajuan KUR	2	0	21	27	50	100	4,02
Saya mengetahui bahwa KUR memiliki beberapa produk tergantung besarnya modal yang dibutuhkan dan kemampuan kita	0	1	10	28	61	100	4,15
KUR menawarkan produk dengan suku bunga yang berbeda tiap jenis KUR yang diajukan.	1	0	8	25	66	100	4,15
Kredit KUR ini memiliki jangka waktu tertentu pembayaran sehingga bisa disesuaikan dengan kebutuhan	1	0	5	27	67	100	4,2

Saya tahu bahwa untuk pengajuan KUR ini tidak sedang menerima kredit dari perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KPR, KKB, dan, Kartu Kredit	0	0	15	19	66	100	4,04
Saya memahami seluruh prosedur pengajuan kredit yang ditetapkan oleh Bank	0	0	10	24	66	100	4,14
Saya merasa bahwa sistem pengajuan kredit yang ditetapkan oleh bank telah sesuai dengan yang diharapkan	0	2	4	21	73	100	4,11
Total Skor	6	4	86	199	505		4,11
Rata-rata	0,8	0,5	10,8	24,9	63,1		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden dalam memberikan jawaban disetiap item pernyataan untuk variabel pengetahuan produk. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat disetiap pernyataan dengan nilai rata-rata 4,11. Sedangkan item pernyataan dengan rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 5 dengan nilai rata-rata 4,2 dan nilai terendah pada pernyataan no 2 dengan rata-rata 4,02.

4.3. Uji Validitas

Uji validitas merupakan teknik yang berguna untuk mengukur apakah kuesioner tersebut layak dipakai sebagai instrumen atau tidak (Sekaran,

2011). Uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel yang merupakan suatu acuan standar. Jika r hitung > r tabel, maka instrumen penelitian dapat dikatakan valid. Nilai dari r tabel dapat dilihat dari tabel r statistik, dimana $df = N-2$. Karena responden pada penelitian ini sebanyak 100, maka $df = 100-2 = 98$. Jadi nilai r tabel untuk nilai df (98) untuk tingkat signifikansi 0,05 uji dua arah (2-tailed) adalah 0,196.

Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	R-Hitung	R Tabel	Validitas
MPK1	0,629	0,196	Valid
MPK2	0,723	0,196	Valid
MPK3	0,698	0,196	Valid
MPK2	0,677	0,196	Valid
MPK4	0,575	0,196	Valid
MPK5	0,820	0,196	Valid
MPK3	0,763	0,196	Valid
MPK6	0,858	0,196	Valid
FK1	0,692	0,196	Valid
FK2	0,761	0,196	Valid
FK3	0,749	0,196	Valid
FK4	0,667	0,196	Valid
FK5	0,793	0,196	Valid
FK6	0,737	0,196	Valid
FK7	0,674	0,196	Valid
FK8	0,888	0,196	Valid
PK1	0,827	0,196	Valid
PK2	0,811	0,196	Valid
PK3	0,754	0,196	Valid

PK4	0,798	0,196	Valid
PK5	0,732	0,196	Valid
PK6	0,759	0,196	Valid
PK7	0,887	0,196	Valid
PK8	0,776	0,196	Valid
PP1	0,776	0,196	Valid
PP2	0,718	0,196	Valid
PP3	0,770	0,196	Valid
PP4	0,621	0,196	Valid
PP5	0,662	0,196	Valid
PP6	0,616	0,196	Valid
PP7	0,774	0,196	Valid
PP8	0,554	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Pada tabel 4.9, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada penelitian ini yang memiliki total 30 pertanyaan secara keseluruhan dinyatakan valid. Hal tersebut ditunjukkan dengan r hitung $>$ r tabel yang bernilai 0,96. Maka apabila 85 nilai r hitung lebih besar dari 0,196 maka item pertanyaan dapat dianggap valid dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

4.4. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas, maka dilakukan uji reliabilitas. Uji ini digunakan untuk mengukur indikator kuesioner dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2009). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan cronchbach's alpha dengan standar reliabilitas 0,60. Jika instrumen memiliki nilai cronchbach's alpha $>$ 0,60, maka instrumen dapat dikatakan reliabel (Sekaran, 2011). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 3.10
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,975	30

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

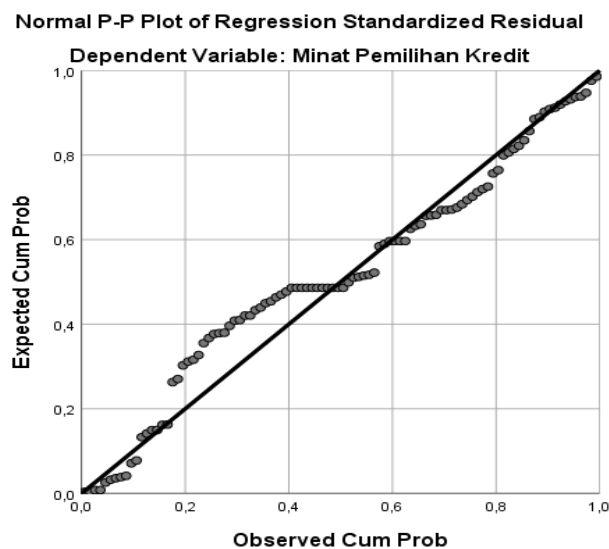
Berdasarkan pengujian yang dilakukan diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel yang memiliki *Cronbach Alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,975 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dan dependen yang ada dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Normal P-P Plot. Uji normalitas ini dapat dideteksi dengan melihat penyebaran titik (data) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas dengan adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Uji Normalitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 output SPSS tersebut, Dari analisis kurva diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitas garis diagonal sepanjang grafiknya dan mengikuti model regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil pengujian dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.11
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Minat Pemilihan Kredit	0,230	4,339
Fasilitas Kredit	0,178	5,615
Persepsi Kemudahan	0,343	2,914
Pengetahuan Produk	0,271	0,553

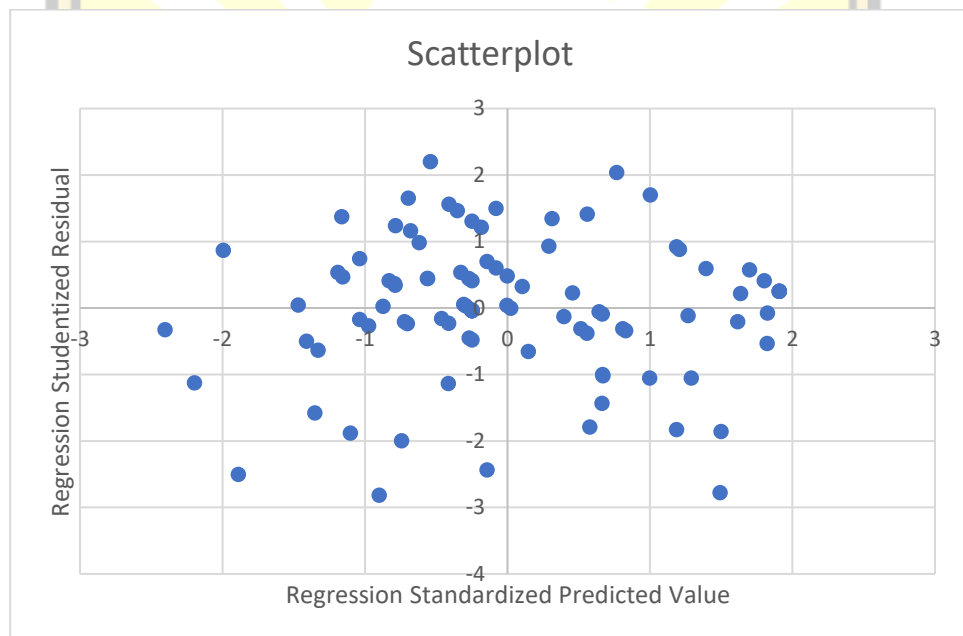
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas tabel 4.11, dapat dilihat semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance diatas 0,1 yakni 0,230 (X1), 0,178 (X2) dan 0,343 (X3) yang berarti bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil yang sama dilihat dari nilai VIF semua variabel independen yang menunjukkan angka dibawah 10 yakni 4,339 (X1), 5,615 (X2) dan 2,914 (X3). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolonieritas antar variabel.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *scatterplot* yaitu dengan melihat sebaran pola titik pada scatterplot regresi. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:

Gambar 3.2 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik membentuk pola yang tidak jelas atau pola tertentu serta tersebar secara acak dan berada dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda yaitu digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk terhadap minat pemilihan kredit nasabah BRI unit Pasar Baru, Padang.

Tabel 3.12
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,594	2,091		1,241	0,218
	TotalX1	0,356	0,113	0,366	3,162	0,002
	TotalX2	0,287	0,135	0,280	2,128	0,036
	TotalX3	0,279	0,105	0,251	2,650	0,009

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.12 kolom (*Unstandardized Coefficients*) bagian β diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,594 + 0,356 X_1 + 0,287 X_2 + 0,279 X_3 + 2,091$$

Pada persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (β_0) = 2,594 ini menunjukkan bahwa fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk bernilai konstan. Dimana jika variabel fasilitas kredit (X_1), persepsi kemudahan

(X2) dan pengetahuan produk = 0, maka minat pemilihan kredit akan tetap ada sebesar 2,594 satuan.

2. Koefisien Regresi β_1 (X1) = 0,356 menunjukkan bahwa fasilitas kredit berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila fasilitas kredit dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,356 satuan dan begitu juga sebaliknya.

3. Koefisien Regresi β_2 (X2) = 0,287 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila persepsi kemudahan dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,287 satuan dan begitupun sebaliknya.

4. Koefisien Regresi β_3 (X2) = 0,279 menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila pengetahuan produk dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,279 satuan dan begitupun sebaliknya.

4.6.2 Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan

menganggap variabel independen lainnya konstan. Jika asumsi normalitas terpenuhi maka dapat menggunakan uji t untuk menguji koefisien parsial dan regresi. Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent yaitu fasilitas kredit (X1), persepsi kemudahan (X2) dan pengetahuan produk (X3) terhadap variabel dependent yaitu minat pemilihan kredit (Y) secara parsial. Uji-t memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,05, jika tingkat signifikansi t berada dibawah 0,05 maka variabel independent secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Apabila t_{hitung} menunjukkan nilai lebih besar dibandingkan t_{tabel} , maka koefisien regresi variabel independent adalah signifikan.

t_{tabel} diperoleh dengan derajat bebas = $n-k$

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel yang digunakan

df = derajat bebas = $n-k$ = $100-4$ = 96

Maka nilai t_{tabel} pada α = 5% dengan derajat kebebasan (df) = 96 adalah 1,980. Untuk membuktikan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat dilihat pada ringkasan hasil pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 3.13
Hasil Uji t Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,594	2,091		1,241	0,218
	TotalX1	0,356	0,113	0,366	3,162	0,002
	TotalX2	0,287	0,135	0,280	2,128	0,036
	TotalX3	0,279	0,105	0,251	2,650	0,009

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Fasilitas kredit (X1) dapat dilihat bahwa t hitung 3,162 > t tabel 1,980. dengan taraf signifikan 0,002, karena signifikansi 0,002 < 0,05 maka H1 diterima yang dalam artian fasilitas kredit memiliki pengaruh terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.
2. Persepsi kemudahan (X2) dapat dilihat bahwa t hitung 2,128 > t tabel 1,980. dengan taraf signifikan 0,036, karena signifikansi 0,036 < 0,05 maka H2 diterima yang dalam artian persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.
3. Pengetahuan produk (X3) dapat dilihat bahwa t hitung 2,650 > t tabel 1,980. dengan taraf signifikan 0,009, karena signifikansi 0,009 < 0,05 maka H3 diterima yang dalam artian pengetahuan

produk memiliki pengaruh terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.

4.6.3 Uji f (Simultan)

Uji f simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini disebut juga dengan pengujian signifikan bersamaan (*overall significance*) terhadap garis regresi yang ingin menguji apakah variabel dependen secara linear berhubungan dengan seluruh variabel independent.

Tabel 3.14
Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1157,812	3	385,937	76,125	,000 ^b
	Residual	486,698	96	5,070		
	Total	1644,510	99			
a. Dependent Variable: TotalY						
b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan output pada tabel 4.14 diatas diketahui nilai signifikansi pengaruh motivasi dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap minat pemilihan kredit adalah sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga berarti variabel motivasi, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.

4.6.4 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R²(koefisien determinasi) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Pada penelitian yang menggunakan regresi linear berganda dianjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R-square* pada saat mengevaluasi mana mode regresi terbaik. Hasil pengujian koefisien dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 3.15
Uji Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	0,704	0,695	2,252

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* yang terbentuk adalah sebesar 0,704. Artinya kemampuan variabel fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk terhadap variabel dependen yaitu minat pemilihan kredit adalah sebesar 70,4% sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain dari variabel yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

4.7. Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Fasilitas Kredit Terhadap Minat Pemilihan Kredit

Usaha Rakyat (KUR)

Hipotesis pertama penelitian ini adalah terdapat pengaruh fasilitas kredit terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI. Berdasarkan uji regresi dengan nilai β_1 0,356 yang menunjukkan bahwa fasilitas kredit berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila fasilitas kredit dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,356 satuan dan begitu juga sebaliknya.

Hasil uji hipotesis dengan t hitung 3,162 > t tabel 1,980. dengan taraf signifikan 0,002, karena signifikansi 0,002 < 0,05 maka H_1 diterima yang dalam artian fasilitas kredit memiliki pengaruh terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.

Fasilitas kredit merupakan usaha perbankan untuk menyediakan layanan pembiayaan bagi nasabah. Secara umum, fasilitas kredit mencakup penyediaan layanan pinjaman yang mempermudah nasabah dalam urusan kredit (Tjiptono, 2014). Fasilitas ini meliputi jenis kredit, jangka waktu, tingkat suku bunga, hingga skema pembiayaan dan pengembalian (Suprpto, 2015). Tujuan utama pemberian fasilitas kredit adalah mencari keuntungan dan membantu nasabah.

Kemudahan akses fasilitas kredit, seperti tingkat suku bunga rendah, membuat kredit usaha rakyat lebih menarik bagi pelaku usaha. Penelitian Anbiya dan Renny (2020) menunjukkan bahwa tingkat suku bunga mempengaruhi fasilitas pinjaman di bank BRI. Selain suku bunga, jangka waktu kredit juga berpengaruh signifikan terhadap minat pemilihan kredit usaha. Pelaku usaha cenderung memilih jangka waktu yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti modal jangka pendek. Penelitian Anjani dan Purnamasari (2023) menyatakan bahwa fasilitas kredit mempengaruhi minat nasabah dalam memilih kredit usaha di bank.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Hipotesis kedua penelitian ini adalah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI. Berdasarkan uji regresi dengan nilai $\beta = 0,287$ menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila persepsi kemudahan dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,287 satuan dan begitupun sebaliknya.

Hasil uji hipotesis dengan t hitung $2,128 > t$ tabel $1,980$ dengan taraf signifikan $0,036$, karena signifikansi $0,036 < 0,05$ maka H_2 diterima yang dalam artian persepsi kemudahan memiliki pengaruh

terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.

Persepsi kemudahan syarat pinjaman kredit dapat diartikan sebagai tanggapan atau penilaian masyarakat mengenai hal-hal yang harus ada dalam melakukan pinjaman kredit. Huda et al., (2019) kemudahan dalam pengajuan pinjaman merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah untuk mengajukan kredit pada suatu bank. Semakin mudah persyaratan pengajuan pinjaman maka minat nasabah dalam melakukan kredit akan semakin tinggi. Sejalan dengan penelitian Supriyadi (2019) menjelaskan bahwa kemudahan dalam mengajukan kredit menjadi pengaruh dalam minat pemilihan kredit masyarakat. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Lauralia, Kadarwati dan Supadi (2022) menyebutkan bahwa kemudahan pengajuan pinjaman yang diberikan oleh PNM Mekar meningkatkan minat dan keputusan nasabah untuk melakukan pinjaman di PNM Mekar.

Persepsi kemudahan yang diberikan oleh pihak bank dalam hal kredit memberikan dampak signifikan terhadap minat nasabah melakukan kredit. Persepsi kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan dalam mengajukan kredit, dan kemudahan dalam persyaratan kredit, menghasilkan minat nasabah yang tinggi untuk melakukan kredit. Kemudahan yang diberikan akan menjadikan hal menarik bagi nasabah, karena mereka menjadi lebih termotivasi dan mampu untuk memperoleh dana usaha yang dibutuhkan dengan cepat.

4.7.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

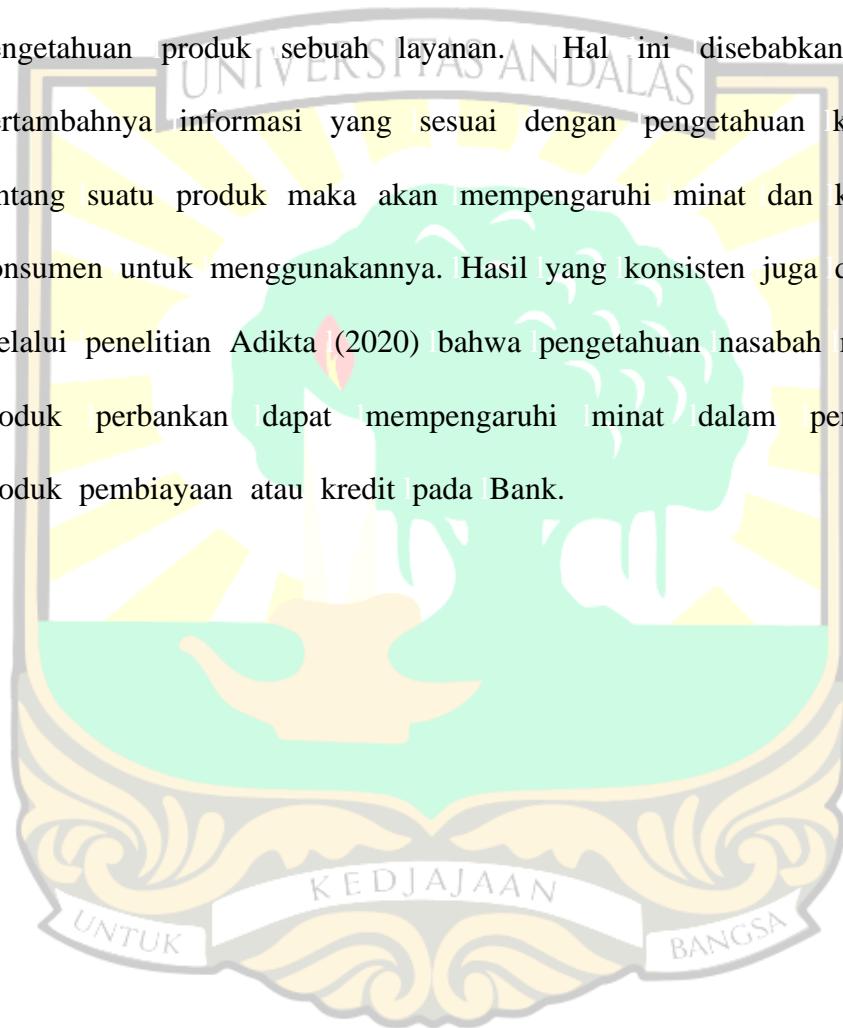
Hipotesis ketiga penelitian ini adalah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha pada Bank BRI. Berdasarkan uji regresi dengan nilai $\beta = 0,279$ menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap minat pemilihan kredit. Sehingga apabila persepsi kemudahan dinaikkan sebesar satu satuan maka minat pemilihan kredit juga akan meningkat sebesar 0,279 satuan dan begitupun sebaliknya.

Hasil uji hipotesis dengan t hitung 2,650 > t tabel 1,980 dengan taraf signifikan 0,009, karena signifikansi 0,009 < 0,05 maka H_3 diterima yang dalam artian pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang.

Menurut Beattly dan Smith (2018), mendefinisikan pengetahuan produk sebagai konsumen memiliki persepsi terhadap tertentu produk, termasuk pengalaman sebelumnya menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu semakin tinggi pengetahuan seseorang, maka peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk akan semakin tinggi juga. Sebaliknya, apabila pengetahuan seseorang semakin rendah, maka peluang orang tersebut untuk memiliki keputusan terhadap suatu produk akan semakin rendah pula. Menurut Rao dan Sieben (2018)

mengungkapkan bahwa pengetahuan produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk.

Adapun pada penelitian Kurniasari (2018) menunjukkan bahwa keputusan nasabah untuk melakukan pinjaman kredit dipengaruhi oleh pengetahuan produk sebuah layanan. Hal ini disebabkan dengan bertambahnya informasi yang sesuai dengan pengetahuan konsumen tentang suatu produk maka akan mempengaruhi minat dan keputusan konsumen untuk menggunakannya. Hasil yang konsisten juga dijelaskan melalui penelitian Adikta (2020) bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk perbankan dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan produk pembiayaan atau kredit pada Bank.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Fasilitas kredit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang dengan t-hitung 3,162 > t tabel 1,980 dengan taraf signifikan 0,002. Hal ini berarti bahwa fasilitas kredit yang di berikan oleh bank BRI dapat memicu minat masyarakat untuk mengambil kredit KUR BRI.
2. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang dengan t hitung 2,128 > t tabel 1,980 dengan taraf signifikan 0,036. Hal ini berarti bahwa persepsi yang di berikan oleh bank BRI dapat menarik minat masyarakat untuk mengambil kredit KUR BRI.
3. Pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemilihan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk modal usaha nasabah di BRI unit Pasar Baru Padang dengan t-hitung 2,650 > t tabel 1,980 dengan taraf signifikan 0,009. Hal ini berarti bahwa fasilitas kredit yang di berikan oleh bank BRI dapat membangkitkan minat masyarakat untuk mengambil kredit KUR BRI.

5.2 Implikasi Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan Bank BRI yang aktif membantu masyarakat yang memiliki kendala modal lewat program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam pengembangan usaha, penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dalam melakukan pengembangan produk agar konsumen lebih memahami produk KUR ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat pemilihan kredit. Jadi dalam hal ini perusahaan perlu untuk memperhatikan minat pemilihan kredit masyarakat yang sebenarnya juga dipengaruhi variabel yang telah dijelaskan di atas. Sehingga ketika nasabah memahami lebih mendalam dan meningkatkan tentang fasilitas kredit yang disediakan oleh bank BRI, sebagaimana mudahnya proses pengajuan yang menjadi syarat serta tingkat pengetahuan produk masyarakat akan berdampak positif terhadap minat masyarakat dalam memilih KUR BRI sebagai perbantuan modal bagi UMKM kecil.

Pengetahuan produk tergolong dalam nilai terendah di antara variabel lain, maka bank BRI perlu untuk melakukan sosialisasi lebih luas lagi terhadap nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan aktif menyebarkan *flyer*, event-event di CFD dan di acara lainnya yang memberikan pengetahuan dan wawasan lebih pada masyarakat terkait pengetahuan produk agar mereka bisa memahami lebih dalam sehingga meningkatkan kemungkinan masyarakat untuk memilih pembiayaan KUR sebagai bantuan modal usaha.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai faktor yang mempengaruhi minat pemilihan kredit masyarakat terhadap KUR BRI.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Hasil dari penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan, oleh sebab itu keterbatasan ini diharapkan dapat diperhatikan oleh peneliti selanjutnya, keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Jumlah variabel yang digunakan hanya variabel fasilitas kredit, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk sebagai variabel independen serta minat pemilihan kredit KUR sebagai variabel dependen.
2. Sampel penelitian yang digunakan hanya nasabah yang terdaftar di bank BRI unit Pasar Baru Padang.
3. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan kuesioner yang masih memiliki kemungkinan adanya kelemahan yang ditemui seperti jawaban responden yang tidak serius, tidak cermat, tidak jujur, dan menjawab asal-asalan.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bank BRI perlu terus mengembangkan dan memperbaiki fasilitas kredit yang mereka tawarkan, termasuk memperjelas syarat dan proses pengajuan, serta menyediakan berbagai opsi kredit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Bank BRI sebaiknya meningkatkan program edukasi finansial dan promosi untuk meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk KUR. Hal ini bisa dilakukan melalui seminar, workshop, dan kampanye pemasaran yang informatif.
3. Bank BRI harus terus berinovasi dalam memberikan kemudahan akses layanan kredit, misalnya dengan mengembangkan aplikasi mobile yang user-friendly, mempercepat proses persetujuan kredit, dan memberikan layanan nasabah yang responsif

