

**PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN, DAN *TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN
PENGAMBILAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SUPER MIKRO PT BRI
UNIT POLEHAN (Studi Kasus pada UMKM Wilayah Polehan)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

Andy Prasetya Budy Nugroho

NPM 21801081348



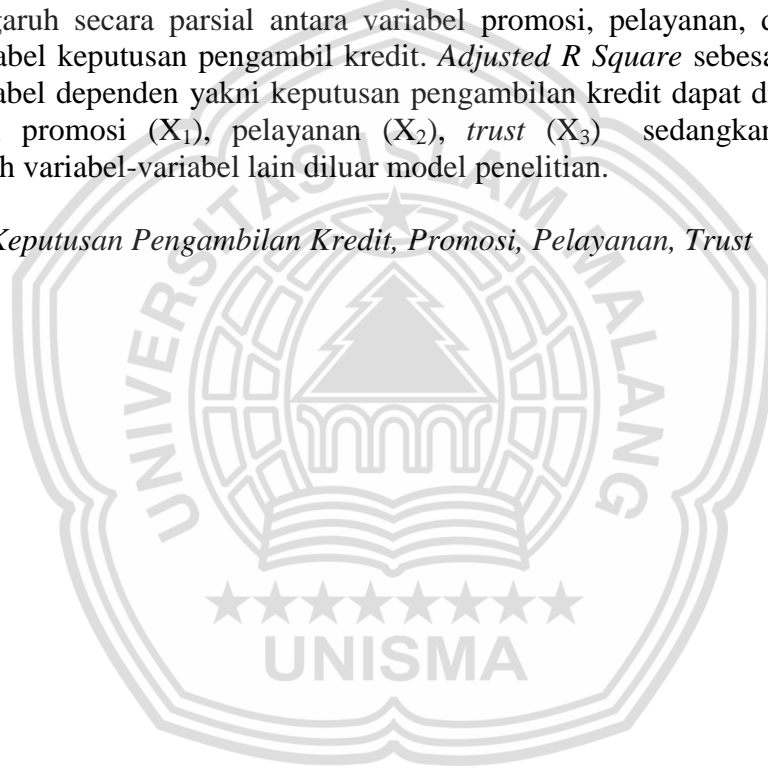
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan *Trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus Pada UMKM Wilayah Polehan). Penelitian ini termasuk jenis *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang pernah atau sedang menggunakan KUR Super Mikro di wilayah Kelurahan Polehan. Dari populasi ini akan ditetapkan sampel dengan metode rumus dari Malhotra sehingga diperoleh sampel 75 sampel. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t terdapat pengaruh secara parsial antara variabel promosi, pelayanan, dan *trust* terhadap variabel keputusan pengambil kredit. *Adjusted R Square* sebesar 48,2% terhadap variabel dependen yakni keputusan pengambilan kredit dapat dijelaskan oleh variabel promosi (X_1), pelayanan (X_2), *trust* (X_3) sedangkan 51,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

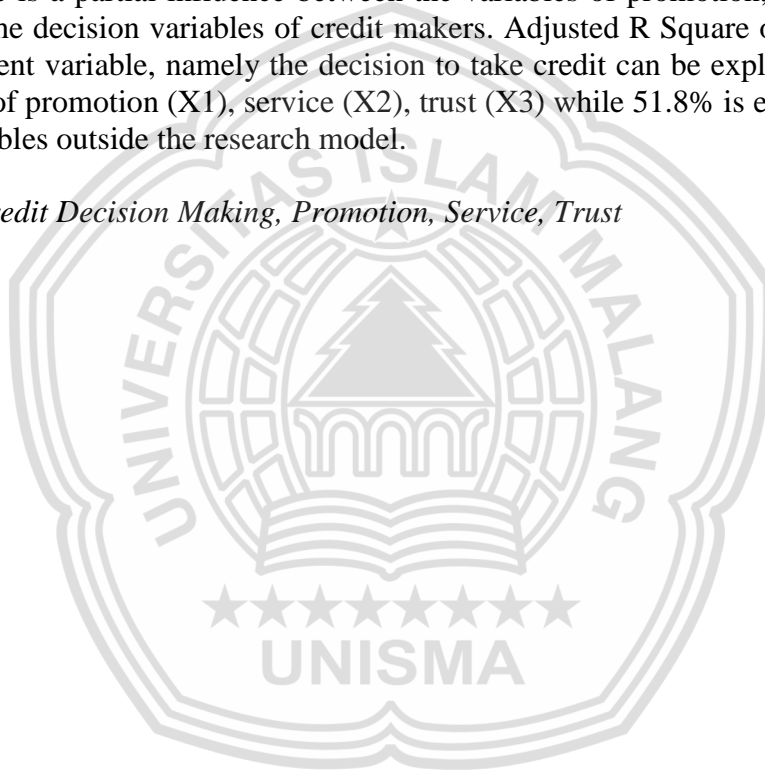
Kata kunci: *Keputusan Pengambilan Kredit, Promosi, Pelayanan, Trust*



ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of promotion, service, and trust on the decision to take Super Micro People's Business Credit (KUR) at PT BRI Unit Polehan (Case Study on MSMEs in the Polehan Region). This research belongs to the type of explanatory research with a quantitative approach, which was conducted to examine the effect between variables. The population in this study are all MSMEs that have used or are currently using Super Micro KUR in the Polehan Village area. From this population a sample will be determined using the formula method from Malhotra in order to obtain a sample of 75 samples. Data analysis in this study consisted of instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test. The results of this study indicate that based on the results of the t test there is a partial influence between the variables of promotion, service, and trust on the decision variables of credit makers. Adjusted R Square of 48.2% to the dependent variable, namely the decision to take credit can be explained by the variables of promotion (X1), service (X2), trust (X3) while 51.8% is explained by other variables outside the research model.

Keywords: *Credit Decision Making, Promotion, Service, Trust*



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan institusi keuangan yang bergerak dalam hal menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurka kembali dana tersebut ke masyarakat, juga memberikan jasa lainnya (Kasmir, 2016). Sebagai jembatan dalam kegiatan ekonomi, bank memiliki fungsi utama menjadi penghimpun dana dalam bentuk simpanan dan penyaluran dana berupa kredit atau pembiayaan dalam meningkatkan taraf ekonomi rakyat. Untuk upaya tersebut dibutuhkan kerjasama dari pemerintah, bank itu sendiri dan masyarakat sebagai pengguna bank. Untuk merealisasikan tujuan tersebut pemerintah meresmikan produk pembiayaan dengan pinjaman, yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Di masa pandemi sekarang pemerintah mengeluarkan produk pembiayaan dan pinjaman untuk masyarakat yang terkena dampak pandemi berupa Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro. Untuk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro sendiri adalah skema pinjaman baru dan ditujukan bagi pekerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan ibu rumah tangga pemilik usaha produktif berskala mikro.

Kredit atau pinjaman adalah solusi yang diminati oleh nasabah untuk modal usaha. Tetapi setiap orang yang ingin memakai jasa kredit atau pinjaman pasti harus memenuhi beberapa syarat dari pihak penyalur tersebut. Terdapat salah satu daerah dengan nasabah yang memanfaatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro untuk mendapatkan penambahan modal adalah nasabah pada BRI Unit Polehan Kota Malang. Karena di wilayah polehan terdapat banyak sekali usaha yang berkembang dan maju. Keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu promosi, suku bunga yang rendah, pelayanan dan kepercayaan yang dilakukan pihak bank yang menyediakan KUR Super Mikro dengan baik dan optimal. Apabila faktor tersebut dapat dipenuhi dan dilakukan dengan baik maka pengambilan pembiayaan menjadi meningkat.

Tabel 1.1 Data Pengajuan KUR Super Mikro pada PT BRI Unit Polehan, 2021

No	Bulan	Jumlah Pengajuan KUR Super Mikro
1.	Agustus	210
2.	September	209
3.	Oktober	205
4.	November	203
Total		827

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah pengajuan KUR Super Mikro pada PT BRI Unit Polehan selama 4 bulan di tahun 2021. Dibulan

Agustus jumlah pengajuan KUR Super Mikro mencapai 210 orang, bulan September jumlah pengajuan KUR Super Mikro mencapai 209 orang, bulan Oktober jumlah pengajuan KUR Super Mikro mencapai 205 orang dan bulan November jumlah pengajuan KUR Super Mikro mencapai 203 orang. Total jumlah pengajuan KUR Super Mikro selama 4 bulan mencapai 827 orang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sucihati, dkk (2020) dimana hasil dari pengujian simultan menjelaskan bahwa promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KUR BRI. Artinya jika promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga semakin tinggi, maka keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka semakin tinggi. Peneliti menemukan bahwa beberapa nasabah yang mengeluhkan bahwa ketidaktahuan akan adanya KUR Super Mikro dan pelayanan tidak sesuai harapan karena adanya *misscommunication* antara pihak bank dan nasabah seperti, kurang sosialisasi tentang apa itu KUR Super Mikro dan kurangnya tingkat ketanggapan dari karyawan kepada nasabah.

Keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu promosi, pelayanan dan lokasi (Swastha dan Irawan, 2005). Promosi dapat digunakan sebagai alat untuk menarik nasabah. Promosi yang menarik juga membuat nasabah memiliki rasa ketertarikan terhadap produk. Promosi bisa melalui berbagai banyak media. Di masa sekarang yang semua serba digital. Tidak luput media sosial yang sekarang banyak

menjadi media promosi karena media sosial sendiri dapat diakses dimana saja dan memiliki biaya yang relatif lebih murah.

Pelayanan juga ikut penting karena nasabah akan kembali atau memiliki minat ke suatu perusahaan ketika mereka diberikan pelayanan yang sangat baik. Pelayanan yang baik dapat mengurangi risiko adanya berita atau perkataan buruk dari nasabah satu ke lainnya. Maka dari itu, kepuasan pelanggan akan timbul dengan sendirinya dan citra perusahaan menjadi lebih baik. Untuk bank sendiri pelayanan adalah faktor penting bagi kepuasan nasabah agar tetap percaya. Peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor nasabah dalam memutuskan suatu produk atau jasa (Swastha, 2001:158).

Sedangkan *trust* atau kepercayaan juga ikut menjadi salah satu faktor penentu dari minat setiap konsumen. Kepercayaan menjadi sebuah pondasi atau pilar dari sebuah bisnis. Karena suatu kegiatan transaksi akan terjadi jika dari kedua belah pihak sudah saling percaya satu sama lain. Di dalam penelitian (McKnight dan Chervany, 2002) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan konsep yang sangat luas. Meskipun demikian kepercayaan tidak mudah untuk dibangun karena rasa percaya tidak bisa dipaksakan melainkan melalui keinginan diri sendiri. Hal ini juga menjadi sangat penting bagi pihak bank untuk memberikan rasa percaya kepada nasabahnya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Trust Terhadap**

**Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro
PT BRI Unit Polehan (Studi Kasus pada UMKM Wilayah Polehan)”.**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang timbul adalah :

1. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro?
2. Bagaimana pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro?
3. Bagaimana *trust* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk mengetahui dan menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *trust* terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro.

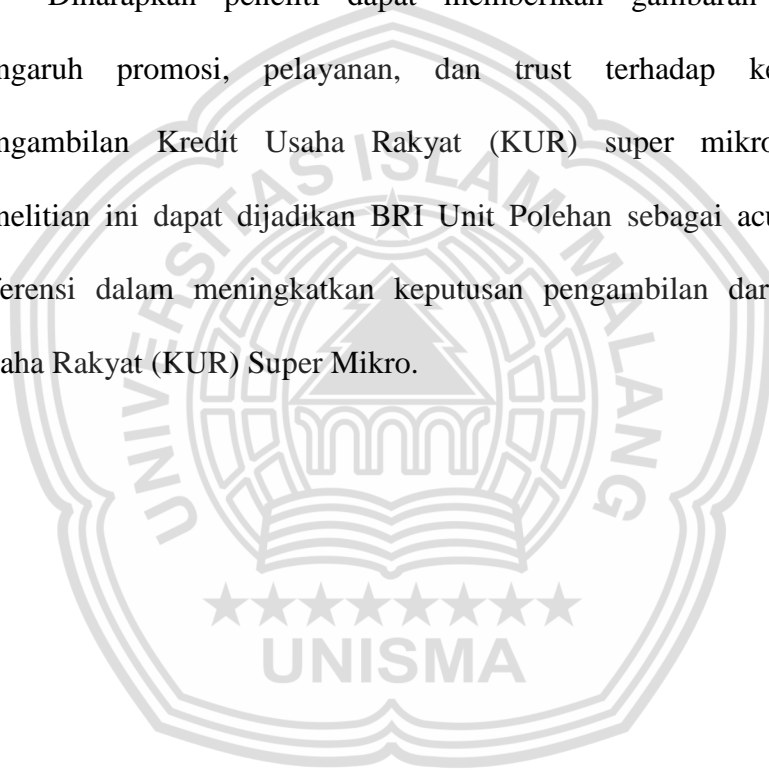
1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan refensi untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan umum dan khusus mengenai pengaruh promosi, pelayanan, dan *trust* terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan peneliti dapat memberikan gambaran tentang pengaruh promosi, pelayanan, dan *trust* terhadap keputusan pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) super mikro. Hasil penelitian ini dapat dijadikan BRI Unit Polehan sebagai acuan atau referensi dalam meningkatkan keputusan pengambilan dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) Super Mikro.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, dan *trust* terhadap keputusan pengambilan kredit usaha rakyat super mikro di PT BRI Unit Polehan, Kota Malang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 75 UMKM. Responden tersebut merupakan UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Polehan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dikumpulkan terhadap permasalahan dengan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pengambilan kredit.
- b. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit.
- c. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *trust* terhadap keputusan pengambilan kredit.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna (*perfect*). Banyak hal yang menuntut secara teknis dan non teknis. Maka peneliti masih terus mengasah dan belajar untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya. Untuk kedepannya keterbatasan yang perlu diperbaiki adalah:

- a. Populasi yang terdapat pada penelitian ini sebatas pada kalangan UMKM yang ada di wilayah Kelurahan Polehan.

- b. Variabel independen yang dipakai pada penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel tentunya masih banyak variabel independen lain yang bisa digunakan.
- c. Jumlah responden yang hanya 75 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran

a. Bagi Peneliti

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan variabel selain yang ada dalam penelitian ini. Menerapkan subjek dan variabel dependen yang sama namun untuk memilih responden yang lebih luas dan banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik. Juga dapat menambahkan variabel lain seperti lokasi, suku bunga maupun yang lainnya.

b. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini PT BRI khususnya BRI Unit Polehan diharapkan dapat lebih memperhatikan promosi, pelayanan, dan trust dengan baik agar dapat meningkatkan keputusan pengambilan kredit bagi PT BRI itu sendiri.

c. Bagi Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini nasabah diharapkan dapat memahami informasi jenis kredit apa yang akan diambil untuk mengurangi resiko yang tidak diinginkan. Untuk mencegah terjadinya *misscommunication* maka dari itu nasabah harus berkomunikasi baik dengan pihak bank tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, C. (2013). Pengaruh Spread Tingkat Suku Bunga dan Rasio Keuangan Terhadap Penyaluran Kredit UMKM Pada Bank Umum di Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(1).
- Asnawi, H. Nur dan Dr. H. Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Astuti, T dan Mustikawati, I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198.
- Chrisanti, M dan Saryadi, S. (2017). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Dan Pendapatan Usaha Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Pada Nasabah BNI KCU UNDIP Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Dewi, A. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3).
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 2–4.
- Fitri, K. (2014). Evaluasi Sistem Dan Prosedur Penyaluran Kredit Konsumtif Dalam Upaya Mendukung Pengendalian Intern Pada Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Karyawan Primkoppos Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 1–10.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. (2002). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendrata, K , Purbandari, T dan Mujilan. (2013). Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*.
- Husein, U. (2008). *Strategi Management In Action (Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2016). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kur.ekon.go.id. (2016). Maksud dan Tujuan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Diakses pada 25 November 2021, dari <https://kur.ekon.go.id/maksud-dan-tujuan>
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2011). *Principle Of Marketing* (10th ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P dan Keller, K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McKnight, D dan Chervany, N. (2002). What Trust Means In E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–59.
- Mowen, M. (2012). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Muljono, D. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisni Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: ANDI.
- Putri, V. (2016). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Syariah Cabang Solo. *Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 25.
- Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan e-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia).
- Salamah, I dan Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank BNI Unit Jalan Baru Kabupaten Karawang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 864–870.
- Sikapiuangmu.ojk.go.id. (2020). KUR Super Mikro, Pahlawan Bagi Pekerja Terkena PHK dan Ibu Rumah Tangga Produktif. Diakses pada 25 November 2021, dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/30680>
- Sucihati, N, Suprianto dan Mustiadi, D. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 164–174.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, E dan Puryandani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Suku Bunga, Pendapatan, Dan Pendidikan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Produktif Di Bank Jateng CAPEM Margasari. *Jurnal Magisma*, VIII(1), 73–79.
- Swastha, B. (2001). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B dan Irawan. (2005). *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: ANDI.

Yunus, M. (2006). *Membangun Kepercayaan*, 12, 10, 2021, dari <http://www.gsn-soeki.com/wouw>

