

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMOHONAN KREDIT USAHA KECIL PADA PT. PERMODALAN  
EKONOMI RAKYAT (PER) PEKANBARU**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive  
Sarjana Ekonomi Dan Ilmu Sosial Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Pekanbaru*



**Disusun Oleh :**

**DIDIK HENDRIANTO**

**10771000148**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2012**

**ABSTRAK*****Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kredit Usaha Kecil pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.******Oleh: Didik Hendrianto***

*Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah permohonan kredit usaha kecil pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru yang berlokasi di perkantoran sudirman. jalan Datuk Setia Maharaja Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada bulan bulan april 2011 sampai november 2011. Dalam penelitian ini, yang dijadikan populasi adalah pengusaha kecil mitra binaan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah 30 orang pengusaha kecil mitra binaan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. metode pengambilan sampel penulis menggunakan teknik sampling jenuh. Hasil penelitian terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permohonan Kkredit Usaha Kecil (KUK) pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru adalah faktor prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) dapat memprediksi variabel permohonan kredit ( $Y$ ). Dari uji simultan menjelaskan Besarnya  $F$  hitung adalah 3,383 sedangkan besar signifikansinya 0,024. signifikansi tabel ANOVA 0,024 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu uji secara parsial dimana berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) sebesar 0.852, suku bunga ( $X_2$ ) sebesar 0,816, pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,225, promosi ( $X_4$ ) sebesar 0,011. Dengan demikian variabel yang paling mempengaruhi permohonan kredit ( $Y$ ) adalah variabel promosi ( $X_4$ ).*

*Kata kunci: Permohonan Kredit ( $Y$ ), Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ), Suku bunga ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_3$ ), dan Promosi ( $X_4$ ).*



## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Manfaat Penelitian .....	6
1.4 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Pengertian Kredit.....	9
2.2 Usaha Kecil.....	10
2.3 Kredit Usaha Kecil (KUK). .....	13
2.4 Unsur-Unsur Kredit. ....	14
2.5 Tujuan Dan Fungsi Kredit.....	14
2.6 Unsur-unsur kredit. ....	15
2.7 Jenis-Jenis Kredit.....	17
2.8 Analisis Kredit. ....	19
2.9 Prosedur Dan Syarat Pemberian Kredit .....	21
2.10 Suku Bunga.....	25
2.11 Pelayanan.....	28
2.12 Promosi. ....	33
2.13 Kredit dalam Islam.....	36
2.13 Penelitian Terdahulu. ....	40
2.14 Hipotesis. ....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Data Primer .....	43
2. Data Sekunder.....	43
3.3 Populasi Dan Sampel .....	44
3.4 Variabel Penelitian .....	44

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.6 Metode analisis Data.....	46
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>51</b>
4.1 Pendirian Perusahaan .....	51
4.2 Struktur Organisasi .....	54
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Identitas Responden .....	57
5.2 Hasil uji validitas dan realibilitas.....	58
5.3 Tanggapan responden .....	61
5.4 Metode pengujian kualitas data .....	84
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
Kesimpulan .....	101
Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
1.	Tabel. 1.1.	Anggaran dan realisasi penyaluran Kredit Usaha Kecil ..... 3
2.	Tabel. 1.2.	Jumlah permohonan kredit yang disetujui berdasarkan Anggaran yang tersedia di kelompokan berdasarkan besarnya jumlah pinjaman dari Tahun 2005-2009.. ..... 4
3.	Tabel. 1.3.	Jumlah permohonan kredit, jumlah pemohon yang disetujui, dan jumlah pemohon yang tidak disetujui ..... 5
4.	Tabel. 5.1.	Data Responden Berdasarkan Umur ..... 57
5.	Tabel. 5.2.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 58
6.	Tabel. 5.3.	Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Debitur..... 58
7.	Tabel. 5.4.	Hasil Uji Validitas Instrumen..... 60
8.	Tabel. 5.5.	Hasil Uji Reliabilitas ..... 61
9.	Tabel. 5.6.	Tanggapan Responden Tentang Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek memproses permohonan dengan tepat waktu..... 62
10.	Tabel. 5.7.	Tanggapan Responden Tentang Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek pengurusan kredit ..... 62
11.	Tabel. 5.8.	Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek jaminan yang dimiliki calon debitur ..... 63
12.	Tabel. 5.9.	Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek character calon debitur..... 63
13.	Tabel. 5.10.	Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek kemampuan calon debitur untuk mengola usahanya..... 64
14.	Tabel 5.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan..... 65
15.	Tabel 5.12	Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit yang di tetapkan PT. PER Pekanbaru tidak memberatkan ..... 66
16.	Tabel 5.13	Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan kemampuan debitur ..... 67

17.	Tabel 5.14	Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan jumlah pinjaman.....	68
18.	Tabel 5.15	Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga yang diberikan oleh PT. PER bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. ....	68
19.	Tabel 5.16	Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek debitur akan mampu membayar angsuran bunga kredit pada PT. PER tepat waktu .....	68
20.	Tabel 5.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Suku bunga ( $X_2$ ) .....	69
21.	Tabel 5.18	Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek ruang kantor PT. PER bersih, nyaman, dan tertata rapi (tangible).....	71
22.	Tabel 5.19	Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek staf penjualan PT. PER mudah dihubungi (acces) .....	71
23.	Tabel 5.20	Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek tanggapan karyawan di PT. PER terhadap keluhan nasabah sangat cepat (responsiveness).....	72
24.	Tabel 5.21	Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek keramahan karyawan di PT PER dalam melayani nasabah sangat baik (courtesy).....	72
25.	Tabel 5.22	Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek kemampuan dan ketrampilan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik (competance) .....	73
26.	Tabel 5.23	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ).....	73
27.	Tabel 5.24	Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ) Dilihat Dari Aspek PT. PER melakukan promosi penjualan sangat gencar .....	76
28.	Tabel 5.25	Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ) Dilihat Dari Aspek PT. PER mempromosikan produknya menggunakan iklan.....	76
29.	Tabel 5.26	Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ) Dilihat Dari Aspek informasi yang diberikan oleh PT. PER menarik.....	77
30.	Tabel 5.27	Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ) Dilihat Dari Aspek penjualan produk PT PER	

		dilakukan secara langsung kepada calon debitur yang datang .....	77
31.	Tabel 5.28	Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ) Dilihat Dari Aspek PT. PER sering membuat kegiatan undian berhadiah.....	78
32.	Tabel 5.29	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang promosi ( $X_4$ ).....	79
33.	Tabel 5.30	Tanggapan Responden Tentang permohonan Kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena pelayanannya sangat baik.....	80
34.	Tabel 5.31	Tanggapan Responden Tentang permohonan Kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena promosinya menggunakan iklan .....	81
35.	Tabel 5.32	Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunganya yang termasuk rendah .....	81
36.	Tabel 5.33	Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunganya yang termasuk rendah .....	82
37.	Tabel 5.34	Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohoan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunga yang stabil .....	82
38.	Tabel 5.35	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y).....	83
39.	Tabel 5.36	Deskriptive statistic.....	86
40.	Tabel 5.37	Correlations .....	87
41.	Tabel 5.38	Variables Entered/ Removed.....	89
42.	Tabel 5.39	Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
43.	Tabel 5.40	Hasil Regresi .....	94
44.	Tabel 5.41	Hasil Uji T.....	94
45.	Tabel 5.42	Hasil Uji F.....	98
46.	Tabel 5.43	Hasil Uji Determinasi.....	99



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah.**

PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru adalah lembaga keuangan non Bank atau Modal Ventura Milik Daerah (BUMD) dalam bentuk Perseroan Terbatas yang menyalurkan Kredit Usaha Kecil (KUK). Tujuannya adalah untuk membantu mereka dalam mengatasi permasalahan dalam modal usaha.

Kredit usaha kecil adalah kredit atau pembiayaan dari Bank untuk investasi atau modal kerja, yang diberikan dalam rupiah atau valuta asing kepada nasabah usaha kecil dengan plafond kredit keseluruhan maksimal Rp.500.000.000 untuk membiayai usaha yang produktif. (<http://www.Bankmandiri.co.id>)

Usaha Kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil atau nilai kekayaan (*asset*) yang kecil dan jumlah pekerjaan yang juga kecil. Sesuai dengan ketentuan pasal 5 Undang - Undang nomor 9 tahun 1995 yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000.- (satu milyar rupiah).
2. Milik warga Negara Indonesia.

3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
4. Berbentuk usaha perseorangan.

Tujuan dari pemberian Kredit Usaha Kecil meliputi : **(Eka wati: 2008)**.

1. Untuk membantu mendapatkan kesempatan berusaha bagi pengusaha kecil dalam memupuk modalnya.
2. Meningkatkan peningkatan pendapatan masyarakat.
3. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.
4. Menumbuhkembangkan sumber daya manusia..

Usaha Kecil merupakan bagian terbesar dalam perekonomian Nasional. Untuk memperkuat perekonomian maka di perlukan pembinaan dan bantuan pada usaha kecil dan menengah tersebut. Maka sebagai salah satu langkah kebijaksanaan, Pemerintah lebih memusatkan perhatiannya pada pembinaan dan pengembangan sektor swasta dalam ukuran kecil dan menengah, dan diupayakan peningkatan prakarsa, etos kerja, dan peranan disegala bidang kehidupan ekonomi rakyat. peran dunia usaha dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa hasilnya tidak sekedar meningkatkan pendapatan perkapita tapi juga menjangkau perkembangan dan penyerapan perubahan pada struktur masyarakat sekaligus menjembatani kesenjangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kebutuhan pasar.

Berikut disajikan data tentang anggaran dan realisasi penyaluran pinjaman modal untuk usaha kecil dari tahun 2006–2010 pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

**Tabel 1.1: Anggaran dan realisasi penyaluran Kredit Usaha Kecil pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat cabang Pekanbaru tahun 2005 – 2009.**

Tahun	Anggaran	Realiasi	Realisasi %
2006	Rp. 14.945.100.000	Rp. 4.273.100.000	28,59%
2007	Rp. 13.652.300.000	Rp. 4.736.500.000	34,69%
2008	Rp. 17.435.600.000	Rp. 3.546.500.000	20,34%
2009	Rp. 10.245.715.000	Rp. 1.489.000.000	14,53%
2010	Rp. 9.262.200.000	Rp. 443.000.000	4,78%
<b>Jumlah</b>	<b>Rp. 65.540.915.000</b>	<b>Rp. 14.488.100.000</b>	<b>22,10%</b>

*Sumber : PT. Permodalan Ekonomi Rakyat Pekanbaru.*

Dari data diatas dapat dilihat bagaimana perkembangan Kredit Usaha Kecil yang disalurkan oleh PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru yang didasarkan atas anggaran (*plafont*) yang ditetapkan setiap tahunnya. Dapat dilihat bahwa realisasi penyaluran Kredit Usaha Kecil PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru yang telah direalisasikan mengalami fluktuasi cenderung menurun atas dasar anggaran (*plafont*) tersebut. Berdasarkan anggaran yang ditetapkan setiap tahunnya tersebut, pinjaman disalurkan kepada pemohon yang disetujui permohonannya berdasarkan kelengkapan persyaratan dan pertimbangan dari bagian Analisis kredit PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Berikut disajikan data tentang jumlah permohonan yang disetujui berdasarkan anggaran yang tersedia yang dikelompokan berdasarkan besarnya jumlah pinjaman dari tahun 2006 – 2010 pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

**Tabel 1.2: Jumlah permohonan kredit yang disetujui berdasarkan anggaran yang tersedi di kelompokan berdasarkan besarnya jumlah pinjaman dari tahun 2006 – 2010.**

Tahun	Anggaran	Pinjaman 5-100 juta	Pinjaman diatas 100 juta	Total pinjaman
2006	4.273.100.000	153 orang	-	153 orang
2007	4.736.500.000	308 orang	-	308 orang
2008	3.546.500.000	119 orang	-	119 orang
2009	1.489.000.000	8 orang	1 orang	9 orang
2010	443.000.000	27 orang	3 orang	30 orang
<b>jumlah</b>	<b>14.488.100.000</b>	<b>615 orang</b>	<b>4 orang</b>	<b>619 orang</b>

*Sumber : PT.Permodalan Ekonomi Rakyat Pekanbaru.*

Dari data diatas dapat dilihat bagaimana perkembangan jumlah mitra binaan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Jumlah peminjam dengan besarnya pinjaman 5 - 100 juta mengalami penurunan. Namun peminjam dengan besar diatas 100 juta mengalami kenaikan.

Jumlah usaha kecil dan menengah yang menjadi mitra binaan tersebut berbeda setiap tahunnya sesuai dengan jumlah anggaran dana yang tersedia dan jumlah unit usaha yang mengajukan permohonan kepada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Berikut disajikan data tentang jumlah pemohon yang mengajukan permohonan kredit usaha kecil dan jumlah pemohon yang disetujui pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru Tahun 2006 – 2010.

**Tabel 1.3: Jumlah permohonan kredit, jumlah pemohon yang disetujui, dan jumlah pemohon yang tidak disetujui.**

Tahun	jumlah pemohon	jumlah pemohon yang distuji		jumlah pemohon yang tidak disetujui	
2005	270	153	56,7%	117	43,3%
2006	470	308	65,5%	162	34,5%
2007	315	119	37,8%	196	62,2%
2008	30	9	30,0%	21	70,0%
2009	30	30	100%	0	0%
<b>jumlah</b>	<b>1115</b>	<b>619</b>	<b>55,5%</b>	<b>496</b>	<b>44,4%</b>

*Sumber: PT. Permodalan Ekonomi Rakyat Pekanbaru.*

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pemohon kredit dari tahun 2005 – 2009 mengalami fluktuasi. Jumlah pemohon yang disetujui mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. dan jumlah pemohon yang tidak disetujui secara umum lebih dari 44,4% tidak disetujui.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa kredit usaha kecil yang disalurkan oleh PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru didasarkan atas anggaran (*plafont*) yang telah ditetapkan setiap tahunnya. Dan dapat dilihat jumlah pemohon yang disetujui relatif menurun jumlahnya.

Sehubungan dengan permasalahan di atas dan melihat bahwa pemberian Kredit Usaha Kecil yang dilakukan oleh PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru direncanakan atas anggarannya, hal ini sangat mendorong minat penulis untuk meneliti secara lebih mendalam mengenai pengelolaan Kredit Usaha Kecil yang dilakukan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru tersebut dengan

judul : *“Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi Kkredit Usaha Kecil (KUK) pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER )Pekanbaru”*.

## **1.2 Perumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :*“ Faktor – Faktor apakah yang menyebabkan penurunan jumlah permohonan kredit pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.”*

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.**

### **1. Tujuan Penelitian.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah permohonan kredit usaha kecil pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

### **2.Manfaat Penelitian.**

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyalurkan pinjaman modal untuk masa yang akan datang .
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain dalam penelitian selanjutnya.
- c. Dapat menambah kemampuan dan pengetahuan berpikir penulis mengenai penyaluran Kredit Usaha Kecil pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

#### **1.4. Sistematika Penulisan.**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan ini, maka penulis merencanakan penulisan akan dibagi dalam 6 Bab yang kemudian dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu :

##### **BAB I : PENDAHULUAN.**

Dalam bab yang pertama ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.**

Pada bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi, penelitian terdahulu, hipotesis (jawaban sementara) dan variabel penelitian.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN.**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

##### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.**

Bab ini akan menguraikan tentang perusahaan secara keseluruhan meliputi sejarah singkat perusahaan, maksud dan tujuan pendirian, struktur organisasi.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.**

Dalam bab ini akan disajikan hasil penelitian dan pembahasan serta bagaimana menguraikan secara efisiensi mengenai masalah yang dihadapi dan cara pemecahannya.

**BAB V I : KESIMPULAN.**

Bab ini merupakan penutup yang mengemukakan kesimpulan dari pembahasan terhadap permasalahan yang diteliti. Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan, penulis kemukakan beberapa saran sebagai pertimbangan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Kredit.**

Asal mulanya kata kredit berasal dari kata *credere* yang artinya adalah kepercayaan, maksudnya adalah apabila seseorang memperoleh kredit maka mereka berarti memperoleh kekayaan. Sedangkan bagi sipemberi kredit artinya memberikan kepercayaan kepada seseorang bahwa uang yang dipinjamkan pasti kembali. **(Kasmir, 2004:72)**

Kredit mengandung pengertian adanya suatu kepercayaan dari seseorang atau badan yang diberikan kepada seseorang atau badan lainnya yaitu bahwa yang bersangkutan pada masa yang akan datang akan memenuhi segala sesuatu kewajiban yang telah diperjanjikan terlebih dahulu. **(Firdaus dan Ariyanti, 2004: 1)**

Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1992 menyatakan kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat di persamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntunga. **(Rivai, 2006: 3-4).**

Dari uraian di atas jelas tergambar bahwa kredit dalam arti ekonomi adalah penundaan pembayaran dari prestasi yang diberikan sekarang, baik dalam bentuk barang, uang maupun jasa. Dalam memberikan kredit prinsipnya adalah uang tersebut

dipinjamkan oleh kreditur kepada debitur dan akan dikembalikan pada waktu dan lamanya yang telah ditentukan disertai dengan beban bunga yang harus dipenuhi.

Definisi ini masih bersifat umum, karena sesungguhnya setiap pemberian kredit disertai berbagai perjanjian khusus dan klausula tersendiri, yang memuat larangan dan keharusan yang harus dilakukan oleh nasabah terhadap pemberi kredit, seperti : **(Eka wati: 2008)**.

- a) Keharusan membuat laporan keuangan secara rutin tiap bulan.
- b) Keharusan melaporkan setiap ada perubahan yang sangat mendasar dalam perusahaan debitur.
- c) Keharusan memberikan laporan jika terjadi perubahan manajemen.
- d) Larangan mekontrakan bangunan yang di jadikan sebagai jaminan kredit kepada Bank.
- e) Larangan menggunakan kredit untuk pembiayaan diluar perjanjian kredit.

## **2.2 Usaha Kecil.**

Dewasa ini secara umum diakui bahwa usaha kecil memainkan peranan yang penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Menurut **Subanar** usaha kecil memiliki arti strategis secara khusus bagi perekonomian indonesia :

1. Dalam banyak pekerjaan produk tertentu, perusahaan besar banyak tergantung kepada perusahaan - perusahaan kecil. Karena jika dikerjakan sendiri oleh mereka maka marginnya tidak ekonomis.
2. Merupakan pemerataan kosentrasi dan kekuatan - kekuatan ekonomi dalam masyarakat. **(Subanar, dalam skripsi Eka wati: 2008)**.

Usaha Kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil atau nilai kekayaan (asset) yang kecil dan jumlah pekerjaan yang juga kecil.

Sesuai dengan ketentuan pasal 5 Undang - Undang nomor 9 tahun 1995 yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000.- (satu milyar rupiah).
2. Milik warga Negara Indonesia.
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
4. Berbentuk usaha perseorangan.

Secara lebih spesifik adapun masalah dasar yang dihadapi oleh pengusaha kecil tersebut adalah : **(Eka wati: 2008)**.

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar peluang pasar.
- b. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- c. Keterbatasan jaringan usah antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).
- d. Iklim usaha yang kurang kondusif, persaingan yang saling mematikan.
- e. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurang nya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Agar tidak terjadi masalah dalam usaha kecil maka ada beberapa strategi untuk pemberdayaan yang tepat, yang dapat diklasifikasikan dalam ;

- a. Aspek manajerial, yang meliputi; peningkatan produktivitas atau tingkat utilisasi, meningkatkan kemampuan pemasaran, dan pengembangan sumberdaya manusia.
- b. Aspek permodalan, yang meliputi ; bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMD dan kewajiban yang menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit Bank) dan kemudahan kredit.
- c. Mengembangkan program kemitraan dengan besar usaha baik lewat sistem bapak angkat, anak angkat.
- d. Pengembangan usaha industri kecil dalam suatu kawasan apakah berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri Kecil) ,SUIK yang diduduki oleh (Saran Usaha Industri kecil), yang diduduki oleh UPT (Unit Pelayanan Teknis), dan TPI (Tenaga Penyuluhan Industri).
- e. Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu lewat TPI ( Tenaga penyuluhan Industri), KOPINKRA (Koperasai Industri Kecil dan Kerajinan). **(Hasibuan, 2008: 50).**

Pengaruh usaha kecil secara bertahap di kota Pekanbaru cukup mendapat perhatian Pemerintah, dengan adanya perhatian dari Pemerintah maka usaha kecil di Pekanbaru setiap tahunnya meningkat, karena peranan usaha kecil sangat penting dalam rangka mencapai pembangunan Nasional jangka panjang. Dengan demikian telah berbagai program yang dilaksanakan untuk mengembangkan usaha kecil di kota

Pekanbaru ini seperti; pemberian pelatihan-pelatihan baik oleh departemen perindustrian dan perdagangan maupun atas kerja sama dengan departemen tenaga kerja, dengan mengikut sertakan pengusaha kecil dalam berbagai peranan pembangunan baik didalam negeri maupun diluar negeri dan magang ketempat-tempat usaha yang lebih maju.

Upaya Pemerintah untuk membantu usaha kecil dalam pengembangan usaha dan pembinaan, agar usaha berkembang secara optimal dilakukan dengan beberapa pendekatan antara lain :

- a. Pendekatan dan pasar komoditi. Pada pendekatan ini ditekankan mengenai potensi dalam menghasilkan komoditi dan bagaimana peluang pasarnya.
- b. Pendekatan melalui sentral. Pembinaan dilakukan pada suatu wilayah yang menjadi pusat dari industri (industri kelompok) dengan tujuan mudah terjangkau oleh kemampuan pembinan.
- c. Program mitra usaha. Pembinaan dilakukan dengan program keterkaitan melalui pola bapak angkat-anak angkat.

### **2.3 Kredit Usaha Kecil (KUK).**

Kredit Usaha Kecil adalah kredit yang diberiakn oleh Bank kepada debiturnya untuk usaha kecil, yaitu usaha yang mempunyai total asset maksimal Rp. 600 juta, tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati. Kredit ini maksimal diberikan adalah Rp. 200 juta yang disediakan untuk usaha-usaha yang produktif.

Kredit Usaha Kecil menitik beratkan kepada pemberian kredit pada usaha yang produktif dalam artian kredit digunakan untuk meningkatkan usaha produksi, perdagangan maupun investasi. Dalam kredit usaha kecil tercakup didalamnya adalah kredit investasi maupun kredit modal kerja.

#### **2.4 Tujuan Dan Fungsi Kredit.**

Pemberian suatu fasilitas kredit mempunyai tujuan tertentu. Tujuan pemberian kredit tersebut tidak akan terlepas dari misi bank tersebut didirikan. (Kasmir, 2001: 95).

Adapun tujuan utama dari pemberian suatu kredit antara lain :

- a) Untuk mencari keuntungan.

Yaitu bertujuan untuk memperoleh hasil dari pemberian kredit tersebut. Hasil tersebut terutamadalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah.

- b) Membantu usaha nasabah

Tujuan lainnya adalah untuk membantu usaha yang memerlukan dana, baik dana investasi maupun dana untuk modal kerja.

- c) Membantu Pemerintah.

Bagi pemerintah semakin banyak kredit yang disalurkan oleh pihak perbankan, maka semakin baik, mngingat semakin banyak kredit berarti adanya peningkatan pembangunan diberbagai sektor.

Disamping tujuan, pemberian kredit juga mempunyai fungsi. Adapun fungsi kredit secara luas antara lain :

1. Untuk meningkatkan daya guna uang
2. Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang
3. Untuk meningkatkan daya guna barang
4. Sebagai alat stabilisasi ekonomi
5. Untuk meningkatkan kegairahan berusaha
6. Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan
7. Untuk meningkatkan hubungan internasional.

### **2.5 Unsur-Unsur Kredit.**

Adapun unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit adalah sebagai berikut : **(Kasmir, 2004: 74)**

#### 1. Kepercayaan.

Yaitu keyakinan pemberian kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang, barang, atau jasa ) akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu dimasa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh kreditur dimana sebelumnya sudah dilakukan penelitian penyelidikan tentang nasabah baik secara interen maupun dari aksteren. Penelitian dan penyelidikan tentang kondisi masa lalu dan sekarang terhadap nasabah permohonan kredit.

#### 2. Kesepakatan.

Disamping unsur percaya didalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan

antara sipemberi kredit dengan sipenerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

### 3. Jangka waktu.

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah dipakai. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah, atau jangka panjang.

### 4. Resiko.

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu resiko atau resiko tidak tertagihannya/macet pemberian kredit. Semakin panjang suatu kredit semakin semakin besar resikonya demikian juga sebaliknya. Resiko ini menjadi tanggungan pihak kreditur, baik resiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, maupun resiko yang tidak disengaja. Minsalnya terjadi bencana alam atau bangkrutnya usaha nasabah tanpa adanya unsur kesengajaan lainnya.

### 5. Balas jasa.

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk bunga dan administrasi kredit ini merupakan keuntungan pihak kreditur.

Disamping itu ada beberapa unsur yang sangat perlu diperhatikan oleh kreditur dalam memberikan kredit pada nasabah, yaitu :



1. Dalam pemberian kredit ada unsur waktu, yang memberi petunjuk kepada kreditur, bahwa ada jarak saat pemberian kredit sampai kepada pelunasan kredit tersebut (jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang).
2. Dengan adanya jarak adanya pemberian dan pelunasannya, maka terdapat terjadi berbagai perubahan yang tidak pasti, yang dalam praktek sehari-hari akan merupakan resiko bagi kreditur. Jika antisipasinya terlambat akan menimbulkan kerugian kepada kreditur yang bersangkutan.
3. Adanya unsur penyerahan uang atau tagihan dengan konsekuensi timbulnya tagihan kepada pihak peminjam, yang kemudian kreditur mengharapkan tambahan nilai (bunga) atas pinjamannya itu berupa pendapatan bagi kreditur yang bersangkutan.
4. Dalam proses kegiatan perkreditan itu yang dilandasi oleh dasar kepercayaan dilanjutkan dengan suatu perjanjian, maka kreditur maupun debitur mempunyai hak dan rasa tanggung jawab masing-masing. **(Tjoekam, 2006: 105).**

## **2.6 Jenis – Jenis Kredit.**

Kredit secara umum dapat dilihat dari berbagai segi antara lain : **(Kasmir, 2007: 99).**

### **a. Dilihat Dari Segi Kegunaan.**

#### **1. Kredit Investasi.**

Biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau pembangunan proyek/pabrik baru atau keperluan rehabilitasi.

2. kredit modal kerja.

Digunakan untuk keperluan untuk meningkatkan produksi dalam operasionalnya.

**b. Dilihat Dari Segi Keperluannya.**

1. Kredit produksi.

Kredit ini dipergunakan perusahaan untuk meningkatkan produksi baik peningkatan kuantitatif maupun peningkatan kualitatif.

2. Kredit perdagangan.

Kredit ini dipergunakan untuk perdagangan pada umumnya yang berarti *utility of place*.

3. Kredit investasi.

Kredit yang digunakan untuk investasi bukan untuk menambah modal kerja.

**c. Menurut jangka waktu.**

1. Kredit jangka pendek.

Kredit yang berjangka waktu selama-lamanya satu tahun.

2. Kredit jangka menengah.

Kredit yang berjangka waktu antara satu sampai tiga tahun.

3. Kredit jangka panjang.

Kredit yang berjangka waktu melebihi tiga tahun.

## 2.7 Analisis Kredit.

Analisis kredit adalah kajian yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu permasalahan kredit. Melalui hasil analisis kreditnya dapat diketahui apakah usaha nasabah layak (feasible) dan markateble (hasil usaha dapat dipasarkan) dan profitble (menguntungkan), serta dapat di lunasi tepat waktu. **(Rivai, 2006: 287).**

Menurut **Siswanto sutojo** analisis kredit atau penilaian kredit adalah suatu proses yang dimaksudkan untuk menganalisis atau menilai suatu permohonan kredit yang diajukan oleh calon debitur kredit sehingga dapat memberikan keyakinan kepada pihak kreditur bahwa proyek yang akan dibiayai dengan kredit cukup layak. **(Sutojo, 2000: 51).**

Tujuan utama analisis permohonan kredit adalah untuk memperoleh keyakinan apakah nasabah mempunyai kemauan dan kemampuan memenuhi kewajibannya secara tertib, baik pembayaran pokok pinjaman maupun bunganya sesuai dengan kesepakatan. **(Rivai, 2006: 288).**

Sebelum suatu fasilitas kredit diberikan maka pihak kreditur harus merasa yakin bahwa kredit yang diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit itu disalurkan. Penilaian kredit oleh pihak kreditur dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya, seperti melalui prosedur penilaian yang benar.

Sedangkan menurut Sam N. Basu dalam bukunya yang berjudul *Strategik Credit Managemant*, menyatakan analisis kredit mempunyai dua tujuan utama, yaitu :

1. Membantu para bankir memutuskan pemberian kredit secara benar, dalam arti menciptakan kredit yang sehat untuk bank mereka.
  2. Membantu para bankir untuk tidak berbuat salah dalam memutuskan kredit.
- (Sutojo, 2000: 51).**

Hal ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam pemberian kredit kepada nasabahnya. Pihak kreditur harus yakin bahwa calon penerima kredit benar-benar dapat dipercaya. Biasanya kriteria penilaian yang harus dilakukan pihak kreditur adalah :

1. Character.

*Character* adalah keadaan watak sifat dari nasabah, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan usaha. Kegunaan dari penilaian terhadap karakter ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana iktikad/kemauan nasabah untuk memenuhi kewajibannya (*willingnes to pay*) sesuai dengan perjanjian.

2. Capital.

*Capital* adalah jumlah dana /modal sendiri yang dimiliki oleh calon nasabah. Semakin besar modal sendiri dalam perusahaan, tentu semakin tinggi kesungguhan calon nasabah dalam menjalankan usahanya dan pihak kreditur akan merasa lebih yakin dalam memberikan kredit.

3. Capacity.

*Capacity* adalah kemampuan yang dimiliki calon nasabah dalam menjalankan usahanya guna memperoleh laba yang diharapkan. Kegunaan dari penilaian ini adalah

untuk mengetahui/mengukur samapai sejauh mana calon nasabah mampu untuk mengembalikan atau melunasi utang-utang (*ability to pay*) secara tepat waktu.

#### 4. Collateral.

*Collateral* adalah barang-barang yang diserahkan nasabah sebagai agunan terhadap kredit yang diterimanya. Collateral tersebut harus dinilai oleh pihak kreditur untuk mengetahui sejauh mana resiko kewajiban finansial nasabah kepada pihak kreditur. Penilaian terhadap jaminan ini meliputi jenis, lokasi bukti kepemilikan, dan status hukumnya.

#### 5. Condition of Economy.

*Condition of Economy* yaitu situasi dan kondisi politik, sosial, ekonomi, budaya yang mempengaruhi keadaan perekonomian pada suatu saat yang kemungkinan mempengaruhi kelancaran perusahaan calon debitur.

#### 6. Constraint.

*Constraint* adalah batasan dan hambatan yang tidak memungkinkan suatu bisnis untuk dilaksanakan pada tempat tertentu. (Rivai, 2006: 288-293).

### **2.8 Prosedur Dan Syarat Pemberian Kredit.**

Sebelum Debitur memperoleh kredit terlebih dahulu harus melalui tahapan tahapan penilaian mulai dari pengajuan proposaal kredit dan dokumen-dokumen yang diperlukan, analisis kredit sampai kredit dikururkan. Tujuan prosedur pemberian kredit adalah untuk memastikan kelayakan suatu kredit, diterima atau ditolak.

Prosedur pemberian kredit (Kasmir, 2004: 95) oleh badan hukum sebagai berikut :

### 1. Pengajuan Proposal.

Untuk memperoleh fasilitas kredit dari bank maka tahap pertama pemohon kredit mengajukan permohonan kredit secara tertulis dalam suatu proposal. Proposal kredit harus dilampiri dengan dokumen-dokumen lainnya yang dipersyaratkan.

### 2. Penyelidikan Berkas Pinjaman.

Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah berkas yang diajukan sudah lengkap sesuai persyaratan yang telah ditetapkan. Jika menurut perbankan belum lengkap atau belum cukup maka nasabah diminta untuk segera melengkapi dan apabila sampai batas tertentu nasabah tidak sanggup melengkapi persyaratan maka sebaiknya pemohon kredit dibatalkan saja. Penyelidikan berkas yang perlu diperhatikan yaitu membuktikan kebenaran dan keaslian dari berkas-berkas yang ada, seperti kebenaran dan keaslian akte notaris, TDP, KTP, dan surat-surat jaminan seperti sertifikat tanah, BPKB mobil keinstansi yang berwenang mengeluarkan.

### 3. Penilaian kelayakan kredit.

Penilaian kelayakan suatu kredit dapat dilakukan dengan menggunakan 5C atau 7P namun untuk kredit yang lebih besar jumlahnya perlu dilakukan metode penilaian dengan study kelayakan.

### 4. Wawancara Pertama.

Tahap ini merupakan penyidikan kepada calon peminjam dengan cara berhadapan langsung dengan calon peminjam. Tujuannya adalah untuk mendapatkan keyakinan apakah berkas-berkas-tersebut sesuai dan lengkap seperti yang bank inginkan. Wawancara ini juga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah

yang sebenarnya. Hendaknya dalam wawancara ini dilakukan dengan serileks mungkin sehingga diharapkan hasil wawancara sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

#### 5. Peninjau Kelokasi (*On The Spot*).

Setelah memperoleh keyakinan atas keabsahan dokumen dari hasil penyelidikan dan wawancara maka langkah selanjutnya adalah melakukan peninjauan kelokasi yang menjadi objek kredit. Kemudian hasil *on the spot* di cocokan dengan hasil wawancara pertama. Pada saat hendak melakukan *on the spot* hendaknya jangan diberitahu kepada nasabah sehingga apa yang dilihat di lapangan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Tujuan peninjauan ke lapangan adalah untuk memastikan bahwa objek yang akan dibiayai benar – benar ada dan sesuai dengan apa yang tertulis dalam proposal.

#### 6. Wawancara kedua.

hasil peninjauan kelapangan dicocokkan dengan dokumen yang ada serta hasil wawancara satu dalam wawancara kedua. Wawancara kedua ini merupakan kegiatan perbaikan berkas, jika mungkin ada kekurangan- kekurangan pada saat setelah dilakukan *on the spot* dilapangan. Catatan yang ada pada permohonan dan pada saat wawancara pertama dicocokkan dengan pada saat *on the spot* apakah ada kesesuaian dan mengandung suatu kebenaran.

#### 7. Keputusan Kredit.

Keputusan kredit adalah untuk menentukan apakah apakah kredit layak untuk

diberikan atau ditolak, jika layak maka, dipersiapkan Administrasinya, biasanya keputusan kredit akan mencakup:

1. Akad kredit yang akan ditandatangani
2. Jumlah yang diterima
3. Jangka waktu kredit dan
4. Biaya-biaya yang harus dibayar

Keputusan kredit biasanya untuk jumlah tertentu merupakan keputusan tim. Begitu pula bagi kredit yang ditolak maka hendaknya dikirim surat penolakan sesuai dengan alasan masing-masing.

#### 8. Penandatanganan Akad Kredit atau Perjanjian lainnya.

Kegiatan ini merupakan lanjutan dari diputuskan kredit. Sebelum kredit dicairkan maka terlebih dahulu calon nasabah menandatangani akat kredit, kemudian mengikat jaminan kredit dengan hipotik atau surat perjanjian yang dianggap perlu.

Pendatanganan dilaksanakan:

1. Antara bank dengan debitur secara langsung atau
2. Melalui Notaris

#### 9. Realisasi Kredit.

Setelah akat kredit ditandatangani maka langkah selanjutnya adalah merealisasikan kredit. Realisasi kredit diberikan setelah penandatanganan surat-surat yang diperlukan dengan membuka rekening biro atau tabungan di bank yang bersangkutan. Dengan demikian penbarikan dana kredit dapat dilakukan melalui



rekening yang telah dibuka. Pencairan atau pengambilan uang dari rekening sebagai realisasi dari pemberian kredit dapat diambil sesuai ketentuan dan tujuan kredit. Pencairan dana kredit tergantung dari kesepakatan kedua belapihak dan dapat dilakukan sekaligus atau secara bertahap.

Prosedur dan syarat pemberian kredit oleh dunia perbankan dalam lembaga keuangan lainnya secara umum satu dengan lainnya tidak jauh berbeda. Yang menjadi perbedaan mungkin hanya terletak pada bagaimana tujuan pihak kreditur dengan pertimbangan tertentu. Prosedur dan syarat pemberian kredit secara umum dapat dibedakan antara pinjaman perorangan dengan pinjaman oleh suatu badan hukum, kemudian dapat pula ditinjau dari segi tinjauan apakah konsumtif atau produktif serta melihat kelengkapan persyaratan yang mampu disediakan.

## **2.9 Suku Bunga.**

Bunga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran jasa perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh Bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli dan menjual produknya. Bunga bagi Bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada Bank (nasabah yang memperoleh pinjaman), serta harga yang dibebankan kepada biaya-biaya jasa Bank lainnya. **(Kasmir, 2001: 121).**

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Kebutuhan Dana.

Apabila Bank kekurangan dana (jumlah simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh Bank untuk menutupi agar kekurangan dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Dengan meningkatkan suku bunga simpanan akan menarik nasabah baru untuk menyimpan uang di bank. Dengan demikian kebutuhan dana dapat dipenuhi. Sebaliknya, jika Bank kelebihan dana, dimana simpanan banyak akan tetapi permohonan kredit sedikit, maka bank akan menurunkan bunga simpanan sehingga mengurangi minat nasabah untuk menyimpan. Atau dengan cara menurunkan juga bunga kredit sehingga permohonan kredit meningkat.

### 2. Persaingan.

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka di samping faktor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memperhatikan pesaing. Dalam arti jika untuk bunga simpanan pesaing rata-rata 16% pertahun, maka jika hendak membutuhkan dana cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikan diatas bunga pesaing, misalnya 17% pertahun. namun sebaliknya, untuk bunga pinjaman kita harus berada dibawah bunga pesaing, meskipun margin bunga mengecil.

### 3. Kebijakan Pemerintah.

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku bunga, baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman. Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun pinjaman bank tidak boleh melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah.

#### 4. Jangka Waktu.

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan resiko dimasa mendatang. Demikian pula sebaliknya, jika pinjaman berjangka pendek, maka bunganya relatif lebih rendah.

#### 5. Kualitas Jaminan.

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya.

#### 6. Reputasi Perusahaan.

Reputasi Perusahaan atau bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan resiko kredit macet dimasa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

#### 7. Produk yang kompetitif.

Produk yang kompetitif maksudnya adalah produk yang dibiayai kredit tersebut laku dipasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif. Hal ini disebabkan tingkat pengembalian kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku dipasaran.

#### 8. Hubungan yang baik.

Dalam praktiknya pihak bank menggolongkan nasabahnya menjadi dua yaitu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (skunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap Bank. Nasabah

utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank, sehingga dalam menentukan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

#### 9. Jaminan pihak ketiga.

Dalam hal ini, pihak yang memberikan jaminan kepada Bank, untuk menanggung segala resiko yang dibebankan kepada penerima kredit. Biasanya apabila pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap Bank, bunga yang dibebankan pun berbeda. Demikian pula sebaliknya jika pinjaman pihak ketiganya kurang bonafid atau tidak dapat dipercaya, maka mungkin tidak dapat digunakan sebagai jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan. **(Kasmir, 2004: 154-156).**

Tinggi rendahnya penyaluran produk dan jasa yang dimiliki suatu bank tidak terlepas dari cara karyawan tersebut mempromosikan dan memberikan pelayanan yang efektif kepada nasabah. **(Kasmir, 2004: 175).**

### **2.10 Pelayanan.**

#### **a. Pengertian pelayanan.**

Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada suatu pihak dengan pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. **(Simanora, 2003: 172).**

Menurut **Kantz (2002: 16)** variabel-variabel dari pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Produk yaitu paket dari keseluruhan dari berbagai ketrampilan profesional yang diserahkan kepada klien.

- b. Harga yaitu tingkat imbalan atau jasa ditawarkan kepada pemakai
- c. Promosi yaitu cara bagaimana member kesadaran tentang jasa kepada pemakai
- d. Distribusi yaitu tempat jual dimana jasa ditawarkan kepada pemakai
- e. Pelayanan produk yaitu sepektrum kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan klien atas manfaat produk.

Pelayanan menurut **Moenir (2000: 26)** merupakan kunci keberhasilan bagi usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Adapun yang dimaksud dengan pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.

Menurut **Assauri (2001: 197)** ada beberapa bentuk pelayanan yang dapat diberikan dalam memasarkan suatu produk kedalam pasar, yang terdiri dari pelayanan berikut ini :

- a. Pelayanan dari segi fisik
- b. Pelayanan dari segi personal
- c. Pelayanan dari segi proses

Untuk menarik langganan dan mempertahankan langganan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap planggan adalah dinamis jika ia menyukai barang/jasa dari suatu perusahaan dan

berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka. (**S. K. Bonar, dalam skripsi wahyuni: 2008**).

Menurut **Kotler (2001: 98)** organisasi jasa menghadapi tiga tugas dalam pemasaran yaitu: (1) ia harus memilah-milah penawaran, penyampaian dan/ atau citranya (2) oleh harus mengelola kualitas jasa agar mencapai atau melampaui harapan pelanggan perusahaan yang berorientasi pelanggan memiliki konsep strategis, sejarah komitmen manajemen puncak pada kualitas jasa, standar yang tinggi, sistem untuk memantau kinerja jasa, sistem untuk memuaskan keluhan, pelanggan dan lingkungan internal yang berfokus untuk memuaskan pegawai maupun pelanggan. (3) ia harus mengelolah produktivits pekerja dengan membuat pegawainya bekerja lebih terampil, meningkatkan kuantitas jasa dengan melepaskan kualitas tertentu, mengelola ondustri jasa, menemukan, solusi produk baru, merancang jasa yang lebih efektif, memberikan insentif pada pelanggan untuk menggantikan tenaga perusahaan dengan tenaga mereka sendiri atau menggunakan teknologi untuk menghemat waktu dan uang.

Perusahaan berbasis produk harus menyediakan dan mengelola sekumpulan jasa bagi pelanggannya. Untuk memberikan dukungan yang terbaik, perusahaan manufaktur harus mengidentifikasi jasa-jasa yang paling dihargai pelanggan dan berkepentingan relatifnya. Bauran jasa mencakup jasa penjualan jasa yang mempermudah jasa yang meningkatkan nilai dan jasa setelah penjualan (departemen pelayanan pelanggan, jasa perbaikan dan pemeliharaan). (**Kotler, 2001: 101**).

**b. Faktor-faktor pelayanan.**

Berikut ini 10 faktor utama yang harus diperhatikan dalam menentukan kualitas menurut **Tjiptono (dalam skripsi Ekawati: 2008)** adalah yaitu :

1. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya, dimana pegawai perusahaan memiliki kemampuan kerja yang dapat dipercaya serta konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberi jasa kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
3. *Competence*, yaitu ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk dapat memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggan sesuai dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Acces*, kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, dimana karyawan mudah dihubungi oleh pelanggan menemui kesulitan sehubungan dengan jasa yang telah mereka terima dari perusahaan.
5. *Courtesy*, sikap yang sopan, ramah dan menyenangkan pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai dan dihormati oleh karyawan dan perusahaan.
6. *Comunication*, adanya komunikasi yang lancar antara produsen jasa dan pengguna jasa sehingga pengguna jasa dapat menyampaikan saran ataupun keluhan-keluhan sehubungan dengan jasa yang mereka terima/nikmati.
7. *Credibility*, sikap jujur dan dapat dipercaya, yaitu karyawan memiliki sikap yang jujur kepada pelanggan sehingga pengguna jasa akan merasa percaya terhadap pemenuhan kebutuhan jasa mereka.

8. *Security*, keamanan dalam penggunaan jasa, pengguna jasa merasa aman terhadap jasa yang telah mereka nikmati. Sehingga tidak merasa was-was akan menjadi efek samping atau akibat yang kurang baik dalam memakai jasa tersebut.
9. *Understanding*, memahami kebutuhan pelanggan. Karyawan dapat langsung memahami kebutuhan serta keinginan yang ingin dicapai pelanggan dengan menggunakan jasa perusahaan mereka.
10. *Tangible*, bukti fisik jasa seperti fasilitas yang digunakan dalam memberikan jasa kepada konsumen, peralatan pendukung dan lain-lain.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat kita lihat bahwa dalam menilai mutu jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan maka untuk memperoleh nilai yang benar-benar objektif dapat dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap jawaban yang diberikan pelanggan atas faktor-faktor tersebut. Secara garis besar kualifikasi mutu yang diharapkan setiap konsumen adalah adanya keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, kecepatan dan pelayanan yang memuaskan.

5 (lima) faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu :

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.
2. Daya tanggap, (*responsiveness*) yaitu kemampuan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complain yang diajukan konsumen.



3. Kepastian (*assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
4. Empati (*empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Minsyalnya karyawan atau pengusaha harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
5. Berwujud (*tangible*), yaitu berupa fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi.

#### **2.11 Promosi.**

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. **(Alma, 2000: 135).**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah efektifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan royal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. **(Panji, 2000: 219).**

Dalam mengembangkan komunikasi dan program promosi secara menyeluruh, langkah-langkah komunikator pada bidang pemasaran harus :

1. Mengidentifikasi pendengar atau pemirsa sasaran
2. Penentuan tujuan-tujuan komunikasi
3. Perancang pesan
4. Memilih saluran komunikasi
5. Mengalokasikan anggaran promosi total
6. Merumuskan tentang bauran pemasaran
7. Mengukur hasil promosi
8. Mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi pemasaran secara keseluruhan.

Ada beberapa strategi promosi yang dapat dilakukan diantaranya : **(Salidin, dalam sekripsi Budiono: 2008).**

1. Strategi Bertahan.

Merupakan langkah yang dilakukan dengan strategi promosi yang sifatnya hanya sekedar agar konsumen tidak lupa akan merek suatu produk atau berpaling ke merek lain. Strategi ini akan lebih efektif digunakan oleh perusahaan yang telah memiliki pangsa pasar dan pertumbuhan yang tinggi.

2. Strategi Ekspansi (*Attack*).

Merupakan strategi yang dilakukan guna memperoleh atau merebut pangsa yang lebih besar lagi. Strategi ini akan lebih efektif digunakan apabila pangsa pasar yang lebih rendah namun potensi pertumbuhan pasar di yakini lebih tinggi.

### 3. Strategi Berkembang (*Develop*).

Strategi ini digunakan oleh produk yang telah memiliki pangsa pasar yang tinggi namun memiliki tingkat pertumbuhan yang lambat.

### 4. Strategi Observasi (*Observe*).

Strategi ini digunakan jika menghadapi situasi pasar yang tidak berkembang. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen baik langsung maupun tidak langsung agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan promosi antara lain adalah: **(Basu Swasta, dalam skripsi Budiono: 2008).**

#### 1. Besarnya dana yang digunakan untuk promosi.

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi promosi, perusahaan yang memiliki dana yang besar kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan dana yang terbatas.

#### 2. Jenis produk yang di promosikan

Strategi perumusan perusahaan dipengaruhi oleh jenis produk yaitu barang konsumen dengan barang-barang industri secara keseluruhan.

Adapun alat-alat promosi yang digunakan perusahaan terbagi atas empat macam, yaitu: **(Kotler, 2002:40).**

1. periklanan (*advertising*) adalah setiap bentuk penyajian yang buka dengan orang pribadi dan promosi ide-ide barang atau jasa dengan pembayaran oleh suatu sponsor tertentu.
2. Penjualan pribadi (*personal selling*) adalah terjadinya interaksi antara individu yang bertatap muka, ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang sering menguntungkan dengan pihak lain.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah merangsang jangka pendek untuk mendorong jual beli satu barang atau jasa. Promosi penjualan ini meliputi antara lain kegiatan pembuatan pameran, membagikan brosur dan lain-lain.
4. Publisitas (*publicity*) adalah suatu bentuk komunikasi non personal untuk merangsang permintaan terhadap suatu barang atau jasa atau suatu unit niaga dengan menanam berita dengan sifat komersil dalam suatu media penerbitan atau untuk memperoleh penyajian.
5. *Direct marketing*, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung nonpersonal lain.

## **2.12 Kredit dalam Islam**

Dalam islam, manusia wajib untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan kehidupannya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa

Allah Maha Pemurah sehingga rezeki-Nya sangat luas. Bahkan Allah tidak memberikan rezeki itu kepada kaum muslimin saja, tetapi kepada siapa saja yang bekerja keras.

Untuk memulai usaha diperlukan modal, seberapa kecilnya. Ada kalanya orang mendapatkan modal dari simpanannya atau keluarganya. Ada pula yang meminjam kepada rekan-rekannya. Jika tidak tersedia peran institusi keuangan menjadi sangat penting karena dapat menyediakan modal bagi orang yang ingin berusaha. Dalam Islam pinjaman tidak disebut kredit namun disebut pembiayaan (*financing*) dengan metode bagi hasil. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok lembaga perkreditan atau bank yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang kekurangan modal. Perbedaannya dalam Islam tidak mengenal bunga tetapi bagi hasil. Bagi hasil disini adalah jika berbagai keuntungan dan kerugian, sehingga kedua belah pihak merasa adil dalam bermuamalah. Berikut ayat-ayat Alquran yang menjadi dasar pembiayaan (kredit dalam bank konvensional):

Surat Al Baqarah ayat 280:

حَيْرٌ مَّيْسَرَةٌ

Artinya: Dan jika orang yang berhutang itu sedang mengalami kesempitan hidup, maka berilah tempoh sehingga ia lapang hidupnya dan (sebaliknya) bahawa kamu sedekahkan hutang itu (kepadanya) adalah lebih baik untuk kamu, kalau kamu mengetahui (pahalanya yang besar yang kamu akan dapati kelak). Ayat diatas

menjelaskan bahwa kita harus saling menolong, pada prinsipnya perbankan membantu para nasabah dalam menyediakan permodalan untuk mengembangkan usaha sehingga membantu meningkatkan perekonomiannya, namun akan menimbulkan perjanjian-perjanjian yang harus disepakati kedua belah pihak apapun risikonya, dalam bank Islam keuntungan dalamkerugian ditanggung bersama sebagai wujud keindahan tolong-menolong yang berlandaskan islam.

Surat Albaqarah ayat 282:

يَكْتُبَ	يَأْبَ	بَيْنَكُمْ وَلِيكْتُبَ	بَدِين تَدَايِنْتُمْ	الَّذِينَ أُيْهَآ يَا
سَفِيهَا عَلَيْهِ	شَيْئاً مِنْهُ يَبْخَسَ رَبَّهُ وَلِيَقَ عَلَيْهِ	وَلِيُؤْمَلْ فَلِيَكْتُبَ عَلَيْهِ	وَلِيُؤْمَلْ هُوَ يُؤْمَلُ	وَلِيُؤْمَلْ هُوَ يُؤْمَلُ
رَجُلَيْن يَكُونَا	شَهِدَيْنِ وَأَسْتَشْهَدُوا	وَلِيُؤْمَلْ هُوَ يُؤْمَلُ	يَسْتَطِيعُ	ضَعِيفاً
الشَّهَادَةِ يَأْبَ	إِحْدَاهُمَا	إِحْدَاهُمَا	الشَّهَادَةِ	
لِلشَّهَادَةِ	أَجَلِهِ كَبِيراً صَغِيراً			
شَهِيدٌ	يُضَارَرُ تَبَايَعْتُمْ وَأَشْهَدُوا تَكْتُبُوهَا	عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ بَيْنَكُمْ تُدِيرُونَهَا		
عَلِيمٌ	وَيَعْلَمُكُمْ	قَائِلُهُ		

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan hutang piutang yang diberi tempoh hingga ke suatu masa yang tertentu maka hendaklah kamu menulis (hutang dan masa bayarannya) itu dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menulisnya dengan adil (benar) dan janganlah seseorang penulis enggan menulis sebagaimana Allah telah mengajarkannya. Oleh itu, hendaklah ia menulis dan hendaklah orang yang berhutang itu merencanakan (isi

surat hutang itu dengan jelas). Dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangkan sesuatu pun dari hutang itu. Kemudian jika orang yang berhutang itu bodoh atau lemah atau ia sendiri tidak dapat hendak merencanakan (isi itu), maka hendaklah direncanakan oleh walinya dengan adil benar); dan hendaklah kamu mengadakan dua orang saksi lelaki dari kalangan kamu. Kemudian kalau tidak ada saksi dua orang lelaki, maka bolehlah, seorang lelaki dan dua orang perempuan dari orang-orang yang kamu setuju menjadi saksi, supaya jika yang seorang lupa dari saksi-saksi perempuan yang berdua itu maka dapat diingatkan oleh yang seorang lagi. Dan jangan saksi-saksi itu enggan apabila mereka dipanggil menjadi saksi. Dan janganlah kamu jemu menulis perkara hutang yang bertempoh masanya itu, sama ada kecil atau besar jumlahnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih membetulkan (menguatkan) keterangan saksi, dan juga lebih hampir kepada tidak menimbulkan keraguan kamu. Kecuali perkara itu mengenai perniagaan tunai yang kamu edarkan sesama sendiri, maka tiadalah salah jika kamu tidak menulisnya. Dan adakanlah saksi apabila kamu berjual-beli. Dan janganlah mana-mana jurutulis dan saksi itu disusahkan. Dan kalau kamu melakukan (apa yang dilarang itu), maka sesungguhnya yang demikian adalah perbuatan fasik (derhaka) yang ada pada kamu. Oleh itu hendaklah kamu bertaqwa kepada Allah; dan (ingatlah), Allah (dengan keterangan ini) mengajar kamu; dan Allah sentiasa Mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.

Surat Albaqarah Ayat 283:

رَبِّهِ وَلِيَّتِقْ أَمَانَتَهُ      فَلْيُؤَدِّ      رَهَانَ  
عَلِيمٌ      قَلْبُهُ      فَإِنَّهُ يَكْتُمُهَا.      الشَّهَادَةَ

Artinya: Dan jika kamu berada dalam musafir (lalu kamu berhutang atau memberi hutang yang bertempoh), sedang kamu tidak mendapati jurutulis, maka hendaklah diadakan barang gadaian untuk dipegang (oleh orang yang memberi hutang). Kemudian kalau yang memberi hutang percaya kepada yang berhutang (dengan tidak payah bersurat, saksi dan barang gadaian), maka hendaklah orang (yang berhutang) yang dipercayai itu menyempurnakan bayaran hutang yang diamanahkan kepadanya, dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (wahai orang-orang yang menjadi saksi) menyembunyikan perkara yang dipersaksikan itu. dan sesiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan (ingatlah), Allah sentiasa Mengetahui akan apa yang kamu kerjakan.

### 2.13 Penelitian Terdahulu.

Telah banyak dilakukan penelitian yang mengkaji masalah penyaluran kredit, atau pun yang berkaitan tentang masalah kredit adapun hasil penelitian terdahulu adalah :

**Budianto (2010)** meneliti tentang “pengaruh prosedur dan persyaratan dan tingkat suku bunga terhadap permintaan kredit pengusaha kecil pada PT. Bank Riau cabang utama Pekanbaru.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable ( $x_1$ )



prosedur dan persyaratan, ( $x_2$ ) tingkat suku bunga, ( $x_3$ ) promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel ( $y$ ) permintaan kredit pengusaha kecil.

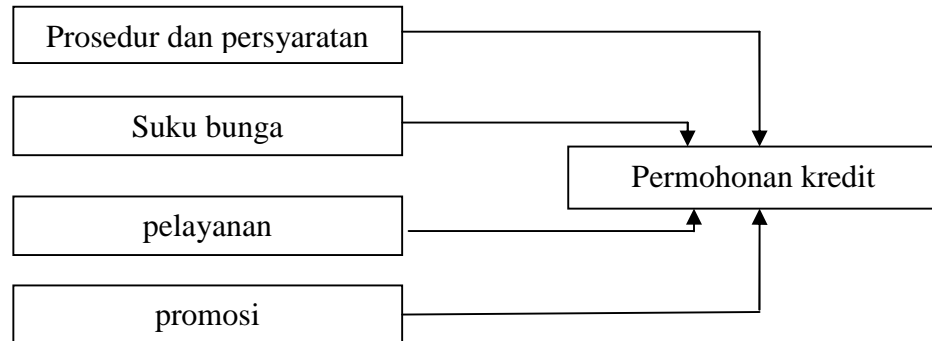
**wahyuni (2008)** “ Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit pada PT. Bank perkreditan rakyat payung negri bestari Pekanbaru”. penelitian ini menunjukkan bahwa variable ( $x_1$ ) suku bunga, ( $x_2$ ) pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variable ( $y$ ) permintaan kredit pengusaha kecil.

**Wina Oktapiana (2008)** “ Analisis factor - faktor yang mempengaruhi keputusan pemberian kredit usaha kecil pada pada Bank Riau cabang Pekanbaru”. penelitian ini menunjukkan bahwa variable ( $x$ ) yaitu *character, capacity, capital, collacteral*, dan *condition of economi* berpengaruh signifikan terhadap variable ( $y$ ) pemberian kredit.

### **2.13 Kerangka berfikir**

Kerangka berpikir dalam penelitian ini terdapat 1 (satu) variabel terikat yaitu permohonan kredit, dan 4 (empat) variabel bebas yaitu prosedur dan persyaratan, suku bunga, pelayanan, promosi.

**Gambar.2.1 Model kerangka berfikir**



*Sumber: Surono: 2010*

### 2.15 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka harus dibuktikan kebenarannya melalui data empiric yang terkumpul. (Sugiyono, 2008: 93).

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :”*Diduga penurunan jumlah permohonan kredit usaha kecil di PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru di pengaruhi oleh prosedur dan persyaratan, suku bunga pinjaman, pelayanan dan promosi*”.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan waktu Penelitian.**

Penelitian ini dilakukan di PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER)Pekanbaru yang berlokasi di perkantoran sudirman. jalan Datuk Setia Maharaja Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada bulan bulan april 2011 sampai november 2011.

#### **3.2 Jenis Dan Sumber Data**

Guna memperoleh data yang sesuai dengan prosedur, maka penulis mengambil data dari berbagai sumber yang mendukung pembahasan ini.

Adapun data yang diperlukan adalah :

1. Data Primer.

data yang diperoleh secara langsung dari unit usaha yang diberi pinjaman oleh PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

2. Data Sekunder.

Data dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi yang diperoleh dari catatan-catatan, laporan, dokumen dan bagian Pembinaan Usaha Kecil PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Data ini meliputi :

- 1) Laporan tahunan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru mengenai perkembangan Kredit Usaha Kecil tahun 2005 - 2009
- 2) Data tahunan mengenai kredit usaha kecil PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru Tahun 2005 - 2009 yang relevan dengan penelitian penulis.

### **3.3 Populasi Dan Sampel.**

#### **1. Populasi.**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2008:72)

dalam penelitian ini, yang dijadikan populasi adalah pengusaha kecil mitra binaan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah 30 orang pengusaha kecil mitra binaan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru.

#### **2. Sampel.**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. (sugiyono, 2008:73).

metode pengambilan sampel penulis menggunakan teknik sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi relatif kecil kurang dari 30 orang. Istilah lain sampel. jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. (Sugiyono, 2008: 78).

### **3.4 Variabel penelitian**

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2008: 31).

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ )
2. Suku bunga ( $X_2$ )
3. Pelayanan ( $X_3$ )
4. Promosi ( $X_4$ )
5. Permohonan Kredit ( $Y$ )

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode:

1. Wawancara (*Interview*), yaitu cara memperoleh data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan maupun mengadakan pembicaraan dan tukar informasi dengan pimpinan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru agar mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat. Pertanyaan yang diajukan mengenai perkreditan PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru. Secara umum dan kredit usaha kecil PT. Perkreditan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru secara khusus.
2. Observasi langsung kelapangan dengan membuat daftar pertanyaan antara lain mengenai aspek – aspek penilaian PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru dalam penyaluran Kredit Usaha Kecil, sejarah singkat perusahaan, maksud dan tujuan pendirian perusahaan serta data Kredit Usaha Kecil.

### 3. Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. **Sugiyono, (2008: 135).**

## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui suatu ukuran untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu variabel penelitian. Variabel yang valid adalah variabel yang menggambarkan data sesuai dengan apa yang diinginkan pengujian ini menggunakan metode *pearson correlation*.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang benar-banar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda pengujian ini menggunakan metode *alpha*.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengukuran klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji autokolerasi.

#### 1) Uji Normalitas

Menguji dalam sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi

yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat melihat grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan antara lain : (1) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, serta (2) jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Untuk mendukung grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dalam uji normalitas data digunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, Kriteria yang digunakan adalah jika masing-masing variabel menghasilkan nilai K-S-Z dengan  $P > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing data variabel yang diteliti terdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi yang tinggi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang

tinggi. Asumsi Multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF pada Output SPSS dibawah 10. Karena  $VIF = 1/Tolerance$ .

Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan Heterokedastisitas jika scatterplot membentuk pola tertentu maka regresi mengalami gangguan Heterokedastisitas. Sebaliknya jika scatterplot tidak membentuk pola tertentu (menyebar) maka regresi tidak mengalami gangguan Heterokedastisitas.

### 3) Uji Autokolerasi

Autokolerasi merupakan kolerasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series pada waktu yang berbeda. Autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t jika ada, berarti autokolerasi. Dalam penelitian keberadaan autokolerasi di uji dengan Durbin Watson sebagai berikut :

$$d = \frac{\sum_{t=2}^{t=n} (e_t - e_{t-1})}{\sum_{t=2}^{t=n} e_t^2}$$

Keterangan :

1. Jika angka *Durbin Watson* (DW) di bawah -2 berarti terdapat Autokolerasi Positif.



2. Jika angka *Durbin Watson* (DW) di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada Autokolerasi.
3. Jika angka *Durbin Watson* (DW) di atas =2 berarti terdapat Autokolerasi Negatif.

### 3.6.4 Metode *Regresi linier* berganda

Dalam menganalisis data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode *regresi linier* berganda, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. (Sulaiman, 2004:80).

Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat ditunjukkan dengan persamaan :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

Keterangan : Y = Permohonan kredit

a = Konstan

$b_1b_2b_3b_4$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Prosedur dan persyaratan

$X_2$  = Suku bunga

$X_3$  = Pelayanan.

$X_4$  = Promosi.

### 3.6.5 Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji F dengan cara membandingkan antar F hitung

dengan F tabel pada tingkat signifikan 5%. Kriteria pengujian adalah  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

### 3.6.6 Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini dilakukan secara terpisah untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada tingkatan signifikansi 5% jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas dapat menerangkan terikatnya, dan artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel berikutnya.

### 3.6.7 Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap variasi  $Y$  digunakan uji *koefisien determinasi* berganda ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  ini mempunyai range 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) maka semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin besar mendekati 0 maka variabel secara keseluruhan tidak bias menjelaskan variabel terikat.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **4.1 Pendirian Perusahaan.**

PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PT PER) adalah Lembaga Keuangan Non Bank atau Modal Ventura Milik Daerah (BUMD) dalam bentuk Perseroan Terbatas yang didirikan dalam rangka membina dan mengembangkan ekonomi rakyat. Institusi / Lembaga Keuangan Non Bank seperti PT PER yang dibentuk Pemerintah Propinsi Riau, secara nasional sudah ada sebelumnya yaitu PT Permodalan Nasional Madani (PT PNM) yang didirikan Pemerintah Republik Indonesia sejak tahun 1999 dengan modal dasar berasal dari APBN.

PT PER memulai kegiatannya dengan tahap konsolidasi yang berlangsung sejak akhir September 2003 s/d Februari 2004. Dalam tahap konsolidasi dipersiapkan segala perangkat peraturan perusahaan, perkantoran dan karyawan. Sejak Februari 2004 s/d Desember 2004 PT PER memasuki Tahap Pengembangan dengan lebih memfokuskan penyaluran kredit melalui BPR/S karena pada waktu itu, PT PER lebih mengedepankan sikap kehati-hatian untuk menghindari kredit macet. Sikap demikian memang terasa lebih menguntungkan bagi perseroan, tetapi kurang mendorong percepatan penyaluran kredit kepada masyarakat. Mengingat hal tersebut, tanpa mengurangi sikap kehati-hatian, maka sejak awal tahun 2005, PT PER memasuki tahap ekspansi ditandai oleh pembentukan Kantor Perwakilan dan Cabang di daerah-daerah dalam rangka memberikan pelayanan kredit secara langsung kepada

masyarakat sehingga penyaluran kredit kepada masyarakat lebih cepat dibandingkan dengan pada waktu sebelumnya. Sementara itu, kerjasama dengan BPR/S tetap dijalankan bahkan semakin diperluas. PT

PER dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah No. 19 Tahun 2002 tanggal 27 Desember 2002 tentang Pembentukan BUMD PT Permodalan Ekonomi Rakyat, Akta Pendirian PT PER berdasarkan Akta Notaris No. 105 Thn 2003 tanggal 19 Juni 2003, Akta Notaris No. 76 Thn 2004 Tgl 30 Januari 2004 tentang Perubahan Akta Notaris No. 105 Tahun 2003 dan Keputusan Menteri Kehakiman & HAM No. C.04401 HT 01.01 Th 2004 tgl 25 Feb 2004.

## **1. Visi Dan Misi**

### **a. Visi**

Terwujudnya PT PER sebagai Lembaga Keuangan Non Bank yang Terpercaya dalam Mengembangkan Ekonomi Rakyat di Propinsi Riau.

### **b. Misi :**

1. Mengembangkan Ekonomi Rakyat dengan Melakukan Pembinaan & Konsultasi Bisnis.
2. Menyalurkan Dana melalui proses evaluasi, pemeriksaan sebagai upaya stimulus yang mendorong berkembangnya UMKMK
3. Melaksanakan kerjasama dengan Pelaku Bisnis dalam upaya redistribusi aset dalam rangka pengembangan ekonomi rakyat.
4. Mengelola Keuangan dengan Prinsip Efisiensi.

## **2. Maksud dan Tujuan.**

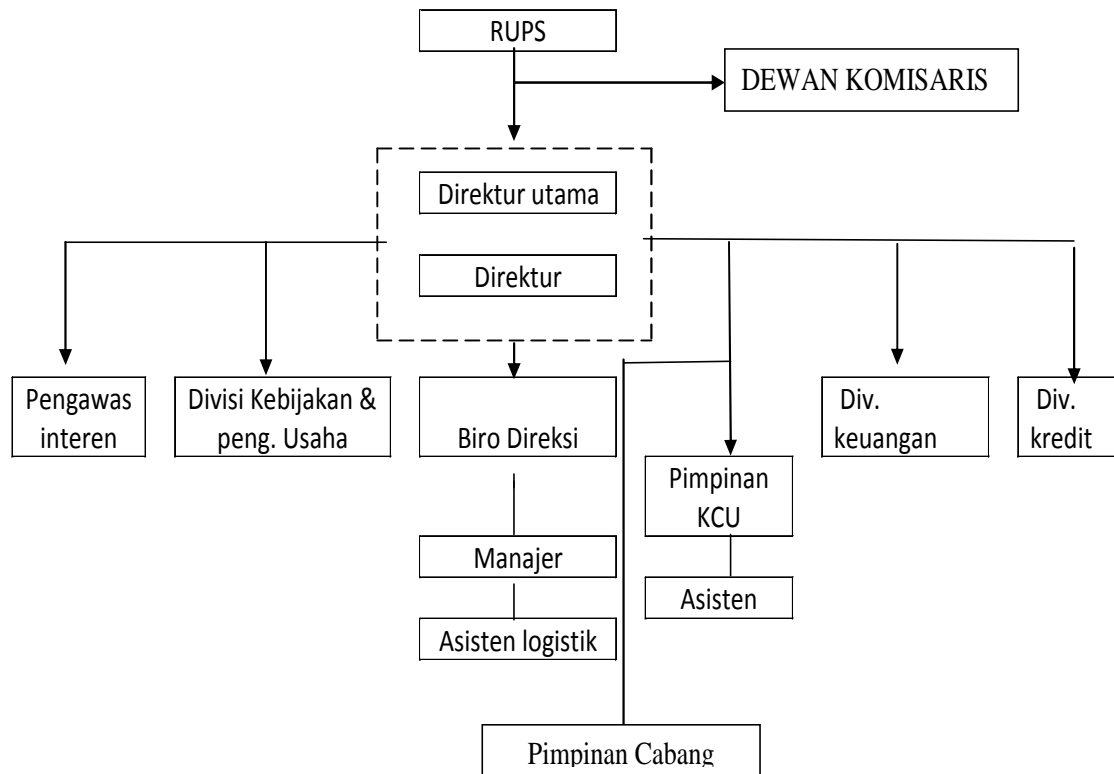
Berusaha dalam Bidang Modal Ventura dalam Rangka Membina Memberdayakan, & Mengembangkan Ekonomi Rakyat Riau. (Akta Notaris No. 76 tanggal 30 Januari 2004 tentang Perubahan Akta Notaris No. 105 tanggal 19 Juni 2003 tentang Akta Pendirian PT. PER).

### **4.2 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran yang menunjukkan susunan organisasi dari puncak pimpinan sampai dengan satuan organisasinya. Bentuk struktur organisasi yang dimiliki oleh PT. PER Pekanbaru adalah berbentuk desentralisasi, dimana semua wewenang dan tugas yang diberikan atasan kepada bawahannya dan bawahannya bertanggung jawab kepada atasan.

## STRUKTUR ORGANISASI PT. PERMODALAN EKONOMI RAKYAT (PER)

### PEKANBARU.



### A. Uraian Tugas

Untuk mengetahui uraian tugas-tugas dari struktur organisasi pada PT. PER Pekanbaru dapat penulis jabarkan sebagai berikut :

#### 1. Dewan Komisaris.

Adapun tugas dan wewenang dari Dewan Komisaris adalah :

- 1) Mewakili pemilik atau pemegang saham untuk melakukan pengawasan terhadap kebijaksanaan direksi dan pelaksanaan tugas direksi.

- 2) Membuat persetujuan atas rencana kerja dan anggaran yang telah disusun oleh direksi.
- 3) Melaksanakan rapat rutin bulanan dengan direksi untuk membahas hasil usaha serta menjadwalkan Rapat Umum Pemegang Saham.

## 2. Direktur Utama

Adapun tugas dan wewenang direktur utama adalah :

- 1) Bertanggung jawab pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Payung Negeri Bestari Pekanbaru secara keseluruhan dalam tingkat top management.
- 2) Membuat laporan setiap bulan kepada Bank Indonesia dan dewan komisaris dan berusaha mempertahankan kredibilitas bank.

## 3. Direktur

Adapun tugas dan wewenang direktur adalah :

- 1) Mengadakan pengawasan pada dana masyarakat dan mengatur likuiditas bank melalui laporan dari bagian accounting.
- 2) Memeriksa dan menyetujui laporan neraca harian dan laba atau rugi.

## 4. Biro direksi.

Sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, Direksi bertanggung jawab penuh atas kepengurusan perusahaan untuk menjalankan prinsip PT. PER yang sehat termasuk mengimplementasikan visi, misi, strategi, sasaran usaha, serta rencana jangka panjang dan jangka pendek sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan kriteria yang ditetapkan oleh Otoritas Pengawas PT. PER.

#### 4. Pengawas Intern

Adapun tugas dan wewenang dari Pengawas Intern adalah :

- 1) Melakukan pengawasan terhadap produk perbankan dalam rangka menghimpun dan menyebarkan dari dan untuk masyarakat agar berjalan sesuai dengan ketentuan Islam.
- 2) Sebagai perantara atau penghubung antara dewan komisaris dengan direksi.

#### 5. Divisi keuangan.

Membantu Direktur Keuangan & Umum dalam mengkoordinasikan kegiatan pengelolaan keuangan beserta administrasinya, penyusunan laporan keuangan, penyusunan anggaran tahunan (RKAP), bahan penyusunan laporan manajemen dan pembinaan PUKK.

#### 6. Divisi Kredit.

Divisi kredit memiliki tugas pokok membantu Direktur dalam mengembangkan dan meningkatkan seluruh aktivitas perkraditan agar memberikan profit yang maksimal kepada bank dengan tingkat risiko yang minimal.

#### 7. Pimpinan KCU.

1. Mengelola penggunaan dana dalam bentuk kredit, penempatan dana serta bentuk-bentuk lainnya dalam batas-batas wewenang yang ditetapkan oleh Direksi.
2. Melaksanakan jasa-jasa perusahaan yang diatur dalam operasional perusahaan.



3. Melaksanakan tugas pokok dan fungsi sebagai penyimpan dan pengelola uang daerah.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Identitas Responden.

Seperti yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permohonan kredit usaha kecil pada PT. PER Pekanbaru. Namun sebelum penulis menjelaskan secara terperinci hasil penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut di atas, ada baiknya terlebih dahulu melihat gambaran umum atau karakteristik responden. Selanjutnya ciri-ciri responden tersebut dapat diharapkan memperjelas dan menambah informasi yang akan berguna untuk menggambarkan latar belakang keadaan responden.

Dalam penulisan ini responden berjumlah 30 orang. Jadi total kuesioner yang dapat diolah dari jumlah keseluruhan kuesioner yang disebarakan adalah 30 rangkap angket. Sedangkan data responden terlihat pada tabel 5.2 di bawah ini :

Tabel 5.1 : Data Responden Berdasarkan Umur

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
25 s/d 35 tahun	12	40%
36 s/d 45 tahun	10	33%
46 s/d 55 tahun	6	20%
56 s/d 65 tahun	2	7%

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa nasabah PT. PER Pekanbaru yang berumur 25 s/d 35 tahun sebanyak 12 orang atau sebesar 40%, yang berumur antara 36 s/d 45 tahun sebanyak 10 orang atau 33%, yang berumur antara 46 s/d

55 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 20% dan yang berumur 56 s/d 65 tahun sebanyak 2 orang atau 7%.

Tabel 5.2 : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
PNS	0	0%
Karyawan Swasta	12	40%
Wira Usaha	10	33%
Lain-Lain	8	27%

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa nasabah PT. PER Pekanbaru kebanyakan jenis pekerjaannya adalah karyawan swasta sebanyak 12 orang atau sebesar 40% , wira usaha sebanyak 10 orang atau sebesar 33% Sedangkan pekerjaan Lain-Lain sebanyak 8 orang atau sebesar 27% dan PNS sama sekali tidak ada atau sebesar 0%.

Tabel 5.3 : Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Debitur.

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< 1 tahun	12	40%
1-2 tahun	10	33%
2-3 tahun	7	23%
>3 tahun	1	3%

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa nasabah PT. PER Pekanbaru yang didasarkan atas lama menjadi Debitur < 1 tahun sebanyak 12 orang atau 40%, 1-2 tahun sebanyak 10 orang atau 33%, 2-3 tahun sebanyak 7 orang atau 23%, sedangkan >3 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 3%

## 5.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (angket) yang disusun mampu mengukur indikator yang hendak diukur tersebut dianalisis dengan cara menggunakan alat ukur. Adapun untuk mengetahui

validitas alat ukur tersebut dianalisa dengan mencari korelasi antara skor tiap item dengan skor total item dengan menggunakan rumus korelasi Person. **(Hartono, dalam skripsi Surono: 2010).**

Sedangkan tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui kehandalan dari alat ukur yang digunakan. Untuk mendapatkan kehandalan alat ukur secara utuh atau reliabilitas instrumen dari angket tersebut, dicari koefisien korelasi menggunakan rumus Alfa Crombach dengan  $df = 30-2= 28$  dari r tabel dengan alfa 5% diketahui nilai df sebesar 0.361. maka jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dianggap tidak valid. **(Hartono, dalam skripsi Surono: 2010).**

Tabel 5.4 : Hasil Uji Validitas Instrumen.

Variabel	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Prosedur dan persyaratan X <sub>1.1</sub>	.648	0.361	Valid
Prosedur dan persyaratan X <sub>1.2</sub>	.641	0.361	Valid
Prosedur dan persyaratan X <sub>1.3</sub>	.641	0.361	Valid
Prosedur dan persyaratan X <sub>1.4</sub>	.629	0.361	Valid
Prosedur dan persyaratan X <sub>1.5</sub>	.652	0.361	Valid
Suku bunga X <sub>2.6</sub>	.630	0.361	Valid
Suku bunga X <sub>2.7</sub>	.642	0.361	Valid
Suku bunga X <sub>2.8</sub>	.616	0.361	Valid
Suku bunga X <sub>2.9</sub>	.631	0.361	Valid
Suku bunga X <sub>2.10</sub>	.636	0.361	Valid
Pelayanan X <sub>3.11</sub>	.646	0.361	Valid
Pelayanan X <sub>3.12</sub>	.636	0.361	Valid
Pelayanan X <sub>3.13</sub>	.642	0.361	Valid
Pelayanan X <sub>3.14</sub>	.624	0.361	Valid
Pelayanan X <sub>3.15</sub>	.631	0.361	Valid
Promosi X <sub>4.16</sub>	.622	0.361	Valid
Promosi X <sub>4.17</sub>	.634	0.361	Valid
Promosi X <sub>4.18</sub>	.642	0.361	Valid
Promosi X <sub>4.19</sub>	.627	0.361	Valid
Promosi X <sub>4.20</sub>	.639	0.361	Valid
Permohonan kredit Y <sub>5.21</sub>	.604	0.361	Valid
Permohonan kredit Y <sub>5.22</sub>	.617	0.361	Valid
Permohonan kredit Y <sub>5.23</sub>	.607	0.361	Valid
Permohonan kredit Y <sub>5.24</sub>	.620	0.361	Valid
Permohonan kredit Y <sub>5.25</sub>	.632	0.361	Valid

Sumber: Data olahan 2011.

Kemudian setelah dilakukan pengujian terhadap reliabilitas keseluruhan angket, dari hasil perhitungan maka  $r_{hitung}$  yang telah didapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 0.95 dengan  $N = 30$ , diperoleh. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  = dinyatakan reliabel.

Tabel 5.5: Hasil Uji Reliabilitas.

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Prosedur dan persyaratan	0,319	Agak reliabel
2	Suku bunga	0,650	Reliabel
3	Pelayanan	0,134	Kurang reliabel
4	Promosi	0,220	Agak Reliabel
5	Permohonan kredit	0,544	Cukup reliabel

Sumber: Data olahan 2011.

1. Nilai Alpha Cronbach 0,00 s/d 0,20 berarti kurang reliabel
2. Nilai Alpha Cronbach 0,21 s/d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai Alpha Cronbach 0,41 s/d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai Alpha Cronbach 0,61 s/d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai Alpha Cronbach 0,81 s/d 1,00 berarti sangat reliabel

( Sujianto, dalam skripsi Surono: 2010).

### 5.3 Tanggapan Responden.

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permohonan kredit pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat (PER) Pekanbaru dapat diketahui dari hasil penyebaran angket. Berdasarkan hasil data yang dikumpulkan dari responden maka penulis membuat analisis dan menuangkannya ke dalam tabel-tabel kemudian menguraikannya, untuk lebih jelas dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini.

### 1. Variabel Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ).

Dalam kaitannya dengan variabel Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ), analisa data akan didasarkan pada variabel dari angket yang disebarakan. Berdasarkan data yang diperoleh lalu angket dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 5.6: Tanggapan Responden Tentang Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek memproses permohonan dengan tepat waktu.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	33,3%
2	Setuju	20	66,7%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang PT. PER memproses permohonan kredit dengan tepat waktu, responden menjawab sangat setuju sebesar 33,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 66,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.7: Tanggapan Responden Tentang Prosedur dan Persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek pengurusan kredit.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	40,0%
2	Setuju	18	60,0%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang proses pengurusan kredit pada PT. PER tidak berbelit-belit, responden menjawab sangat setuju sebesar 40,0% kemudian yang

menjawab setuju sebesar 60,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.8 : Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan (X<sub>1</sub>) Dilihat Dari Aspek jaminan yang dimiliki calon debitur.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16,7%
2	Setuju	12	40,0%
3	Ragu-Ragu	7	23,3%
4	Tidak Setuju	6	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan Responden Tentang semakin baik jaminan yang dimiliki calon debitur maka semakin mudah untuk memperoleh kredit, responden menjawab sangat setuju sebesar 16,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 40,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 23,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 20,0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5. 9: Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan (X<sub>1</sub>) Dilihat Dari Aspek character calon debitur.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	40,0%
2	Setuju	15	50,0%
3	Ragu-Ragu	3	10,0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang calon debitur hendaknya memiliki sifat bertanggung jawab, responden menjawab sangat setuju sebesar 40,0% kemudian yang menjawab setuju sebesar 50,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 10,0%



yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.10: Tanggapan Responden Tentang prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) Dilihat Dari Aspek kemampuan calon debitur untuk mengola usahanya.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	36,7%
2	Setuju	19	63,3%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang kemampuan calon debitur untuk mengola usahanya merupakan persyaratan utama dalam keputusan pemberian kredit, responden menjawab sangat setuju sebesar 36,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 63,3%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.11 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang *prosedur dan persyaratan (X<sub>1</sub>)*.

No	Pernyataan	SS		S		R		TS		STS		N	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PT. PER memproses permohonan kredit dengan tepat waktu	10	33,3	20	66,7	0	0	0	0	0	0	30	100
2	Proses pengurusan kredit pada PT. PER tidak berbelit-belit	12	40,0	18	60,0	0	0	0	0	0	0	30	100
3	Semakin baik jaminan yang dimiliki calon debitur maka semakin mudah untuk memperoleh kredit	5	16,7	12	40,0	7	23,3	6	20,0	0	0	30	100
4	Calon debitur hendaknya memiliki sifat bertanggung jawab	12	40,0	15	50,0	3	10,0	0	0	0	0	30	100
5	Kemampuan calon debitur untuk mengelola usahanya merupakan persyaratan utama dalam keputusan pemberian kredit.	11	36,7	19	63,3	0	0	0	0	0	0	30	100
	Jumlah	50	166,7	84	280	10	33,3	6	20,0	0	0	150	500
	Rata-rata persentase		33,3		56,0		6,7		4,0		0		100

Sumber: Data olahan 2011.

Dari tabel 5.13 diketahui rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang responden atau sebesar 33,3%. kemudian yang menjawab setuju sebanyak 84 orang responden atau 56,0%. Yang menjawab ragu-ragu sebanyak 10 orang atau 6,6%. yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang responden atau 4,0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 89,3% dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 4,0%. Dari data tersebut diketahui bahwa jawaban responden lebih banyak menyatakan setuju, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prosedur dan persyaratan mempunyai andil dalam mempengaruhi permohonan kredit.

Sebelum memperoleh kredit, debitur terlebih dahulu wajib memenuhi syarat-syarat yang diminta oleh pihak kreditur dan harus melalui prosedur yang diberlakukan oleh pihak kreditur.

Pemberian kredit kepada debitur mengandung suatu tingkat resiko tertentu bagi pihak kreditur, sehingga untuk melakukan suatu penilaian terhadap permohonan yang dibuat oleh debitur apakah permohonan kredit tersebut layak untuk dikabulkan/dibiayai atau di tolak, dan juga kreditur harus melihat syarat kredit yang biasanya dilihat dari jminan yang diberikan debitur terhadap kredit yang dimintanya.

Tabel yang menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap prosedur dan persyaratan, dimana responden menyatakan ragu juga didapatkan sebanyak 6,6% dari yang lainnya, kemudian yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju juga sebanyak 6,6% namun yang lebih banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju. Berarti alasan prosedur dan persyaratan tidak sepenuhnya dianggap menyebabkan permohonan kredit.

## 2. Variabel Suku Bunga ( $X_2$ ).

Dalam kaitannya dengan variabel suku bunga ( $X_2$ ) ini, analisa data akan didasarkan pada variabel dari angket yang disebarakan. Berdasarkan data yang diperoleh lalu angket dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 5.12: Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit yang di tetapkan PT. PER Pekanbaru tidak memberatkan.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	43,3%
2	Setuju	17	56,7%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang tingkat suku bunga kredit yang di tetapkan PT. PER Pekanbaru tidak memberatkan, responden menjawab sangat setuju sebesar 43,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 56,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.13: Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan kemampuan debitur.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	36,7%
2	Setuju	9	30,0%
3	Ragu-Ragu	4	13,3%
4	Tidak Setuju	6	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan kemampuan debitur, responden menjawab sangat setuju sebesar 36,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 30,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 13,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 20,0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.14: Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan jumlah pinjaman.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	36,7%
2	Setuju	12	40,0%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	5	16,7%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan jumlah pinjaman, responden menjawab sangat setuju sebesar 36,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 40,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 6,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 16,7% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.15: Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek tingkat suku bunga yang diberikan oleh PT. PER bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	16	53,3%
2	Setuju	14	46,7%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang tingkat suku bunga yang diberikan oleh PT. PER bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, responden menjawab sangat setuju sebesar 53,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 46,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5. 16: Tanggapan Responden Tentang suku bunga ( $X_2$ ) Dilihat Dari Aspek debitur akan mampu membayar angsuran bunga kredit pada PT. PER tepat waktu.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	40,0%
2	Setuju	18	60,0%
3	Ragu-Ragu	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang debitur akan mampu membayar angsuran bunga kredit pada PT. PER tepat waktu, responden menjawab sangat setuju sebesar 40,0% kemudian yang menjawab setuju sebesar 60,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.17: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Suku bunga ( $X_2$ ).

No	Pernyataan	SS		S		R		TS		STS		N	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Tingkat suku bunga kredit yang ditetapkan PT. PER tidak memberatkan.	13	43,3	17	56,7	0	0	0	0	0	0	30	100
2	Tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan kemampuan debitur.	11	36,7	9	30,0	4	13,3	6	20,0	0	0	30	100
3	Tingkat suku bunga kredit pada PT. PER sesuai dengan pinjaman.	11	36,7	12	40,0	2	6,7	5	16,7	0	0	30	100
4	Tingkat suku bunga kredit pada PT. PER bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.	16	53,3	14	46,7	0	0	0	0	0	0	30	100
5	Debitur akan mampu membayar angsuran kredit pada PT. PER tepat waktu.	12	40,0	18	60,0	0	0	0	0	0	0	30	100
	Jumlah	63	210	70	233,4	6	20	11	36,7	0	0	150	500
	Rata-rata persentase		42,0		46,7		4,0		7,3		0		100

Sumber: Data olahan 2011.

Dari tabel 5.20 diketahui rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang responden atau sebesar 42,0%. kemudian yang menjawab setuju sebanyak 70 orang responden atau 46,7%. Yang menjawab ragu sebanyak 6 orang atau 4,0%. yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang responden atau 7,3%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 88,7% dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 11,3%. Dari data tersebut diketahui bahwa jawaban responden lebih banyak menyatakan setuju, dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa suku bunga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permohonan kredit.

Tingkat suku bunga merupakan suatu arena persaingan dalam dunia perbankan untuk menarik minat masyarakat dalam penyaluran berbagai jenis kredit. Suku bunga pinjaman yang rendah dapat mempengaruhi calon nasabah untuk menentukan pilihannya. Nasabah umumnya akan tertarik bila suku bunga pinjaman dan suku bunga tabungan tinggi. Sehingga perbankan dan lembaga keuangan lainnya sangat bersaing dalam hal menentukan suku bunga.

Bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli dan menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman), serta harga yang dibebankan kepada biaya-biaya jasa bank lainnya. (Kasmir, 204:154).

Tabel yang menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap suku bunga, dimana responden menyatakan ragu juga didapatkan sebanyak 4,0%, kemudian yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju juga sebanyak 7,3% namun yang lebih banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju. Berarti suku bunga tidak sepenuhnya dianggap menyebabkan permohonan kredit.

### **3. Variabel Pelayanan ( $X_3$ ).**

Dalam kaitannya dengan variabel pelayanan ( $X_3$ ), analisa data akan didasarkan pada variabel dari angket yang disebarkan. Berdasarkan data yang diperoleh lalu angket dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 5. 18: Tanggapan Responden Tentang pelayanan (X<sub>3</sub>) Dilihat Dari Aspek ruang kantor PT. PER bersih, nyaman, dan tertata rapi (tangible).

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	36,7%
2	Setuju	13	43,3%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	4	13,3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang ruang kantor PT. PER bersih, nyaman, dan tertata rapi, responden menjawab sangat setuju sebesar 36,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 43,3%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 3,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 13,3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3,3%.

Tabel 5. 19: Tanggapan Responden Tentang pelayanan (X<sub>3</sub>) Dilihat Dari Aspek staf penjualan PT. PER mudah dihubungi (acces).

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	7	23,3%
2	Setuju	12	40,0%
3	Ragu-Ragu	3	10,0%
4	Tidak Setuju	6	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	2	6,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang staf penjualan PT. PER mudah dihubungi, responden menjawab sangat setuju sebesar 23,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 40,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 10,0% yang menjawab tidak setuju sebesar 20,0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 6,7%.



Tabel 5. 20: Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek tanggapan karyawan di PT. PER terhadap keluhan nasabah sangat cepat (responsiveness).

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	33,3%
2	Setuju	8	26,7%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	9	30,0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang tanggapan karyawan di PT. PER terhadap keluhan nasabah sangat cepat, responden menjawab sangat setuju sebesar 33% kemudian yang menjawab setuju sebesar 26,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 6,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 30,0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3,3%.

Tabel 5. 21: Tanggapan Responden Tentang pelayanan ( $X_3$ ) Dilihat Dari Aspek keramahan karyawan di PT PER dalam melayani nasabah sangat baik (courtesy).

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	30,0%
2	Setuju	9	30,0%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	10	33,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang keramahan karyawan di PT PER dalam melayani nasabah sangat baik, responden menjawab sangat setuju sebesar 30% kemudian yang menjawab setuju sebesar 27%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 20% yang menjawab tidak setuju sebesar 20% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3%.

Tabel 5. 22: Tanggapan Responden Tentang pelayanan (X<sub>3</sub>) Dilihat Dari Aspek kemampuan dan ketrampilan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik (competance).

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	33,3%
2	Setuju	13	43,3%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	6	20,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang kemampuan dan ketrampilan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik, responden menjawab sangat setuju sebesar 33,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 43,3%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 3,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 20,0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.23: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang pelayanan (X<sub>3</sub>).

No	Pernyataan	SS		S		R		TS		STS		N	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ruang kantor PT. PER bersih, nyaman dan tertata rapi	11	36,7	13	43,3	1	3,3	4	13,3	1	3,3	30	100
2	Staf penjualan PT. PER mudah di hubungi.	7	23,3	12	40,0	3	10,0	6	20,0	2	6,7	30	100
3	Tanggapan karyawan di PT. PER terhadap keluhan nasabah sangat baik.	10	33,3	8	26,7	2	6,7	9	30,0	1	3,3	30	100
4	Keramahan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik.	9	30,0	9	30,0	2	6,7	10	33,3	0	0	30	100
5	Kemampuan dan ketrampilan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik.	10	33,3	13	43,3	1	3,3	6	20,0	0	0	30	100
Jumlah		47	156,6	55	183,3	9	30,0	35	116,6	4	13,3	150	500
Rata-rata persentase			31,3		36,7		6,0		23,3		2,7		100

Sumber: Data olahan 2011.

Dari tabel 5.27 diketahui rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang responden atau sebesar 31,3%. kemudian yang menjawab

setuju sebanyak 55 orang responden atau 36,7%. Yang menjawab ragu sebanyak 9 orang atau 6,0% yang menjawab tidak setuju sebanyak 35 orang responden atau 23,3%. dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 2,7%. Jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 68,0%. dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 26%. Dari data tersebut diketahui bahwa jawaban responden lebih banyak menyatakan setuju, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan ( $X_3$ ) merupakan salah satu faktor yang menyebabkan permohonan kredit.

Pelayanan adalah proses kegiatan yang dilakukan satu pihak untuk kepentingan pihak lainnya guna mendapatkan manfaat yang ingin di capai. Berikut ini 10 faktor utama yang harus diperhatikan dalam menentukan kualitas pelayanan menurut **Tjiptono (dalam skripsi Eka wati: 2008)** adalah yaitu :

1. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya, dimana pegawai perusahaan memiliki kemampuan kerja yang dapat dipercaya serta konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberi jasa kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
3. *Competence*, yaitu ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk dapat memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggan sesuai dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Acces*, kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, dimana karyawan mudah dihubungi oleh pelanggan menemui kesulitan sehubungan dengan jasa yang telah mereka terima dari perusahaan.

5. *Courtesy*, sikap yang sopan, ramah dan menyenangkan pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai dan dihormati oleh karyawan dan perusahaan.
6. *Communication*, adanya komunikasi yang lancar antara produsen jasa dan pengguna jasa sehingga pengguna jasa dapat menyampaikan saran ataupun keluhan-keluhan sehubungan dengan jasa yang mereka terima/nikmati.
7. *Credibility*, sikap jujur dan dapat dipercaya, yaitu karyawan memiliki sikap yang jujur kepada pelanggan sehingga pengguna jasa akan merasa percaya terhadap pemenuhan kebutuhan jasa mereka.
8. *Security*, keamanan dalam penggunaan jasa, pengguna jasa merasa aman terhadap jasa yang telah mereka nikmati. Sehingga tidak merasa was-was akan menjadi efek samping atau akibat yang kurang baik dalam memakai jasa tersebut.
9. *Understanding*, memahami kebutuhan pelanggan. Karyawan dapat langsung memahami kebutuhan serta keinginan yang ingin dicapai pelanggan dengan menggunakan jasa perusahaan mereka.
10. *Tangible*, bukti fisik jasa seperti fasilitas yang digunakan dalam memberikan jasa kepada konsumen, peralatan pendukung dan lain-lain.

Tabel yang menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap pelayanan ( $X_3$ ), dimana responden menyatakan ragu juga didapatkan sebanyak 11%, kemudian yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju juga sebanyak 16% namun yang lebih banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju. Berarti pelayanan ( $X_3$ ) tidak sepenuhnya dianggap menyebabkan permohonan kredit.

#### 4. Variabel Promosi (X<sub>4</sub>).

Dalam kaitannya dengan variabel Promosi (X<sub>4</sub>), analisa data akan didasarkan pada variabel dari angket yang disebarkan. Berdasarkan data yang diperoleh lalu angket dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 5. 24: Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>) Dilihat Dari Aspek PT. PER melakukan promosi penjualan sangat gencar.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	36,7%
2	Setuju	6	20,0%
3	Ragu-Ragu	6	20,0%
4	Tidak Setuju	7	23,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang PT. PER melakukan promosi penjualan sangat gencar, responden menjawab sangat setuju sebesar 36,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 20,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 20,0% yang menjawab tidak setuju sebesar 23,3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.25: Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>) Dilihat Dari Aspek PT. PER mempromosikan produknya menggunakan iklan.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	33,3%
2	Setuju	8	26,7%
3	Ragu-Ragu	12	40,0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang PT. PER mempromosikan produknya menggunakan iklan, responden menjawab sangat setuju sebesar 33,0% kemudian

yang menjawab setuju sebesar 26,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 40,0% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.26: Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>) Dilihat Dari Aspek informasi yang diberikan oleh PT. PER menarik.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16,7%
2	Setuju	15	50,0%
3	Ragu-Ragu	10	33,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang informasi yang diberikan oleh PT. PER menarik, responden menjawab sangat setuju sebesar 16,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 50,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 33,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 0% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.27: Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>) Dilihat Dari Aspek penjualan produk PT PER dilakukan secara langsung kepada calon debitur yang datang.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6,7%
2	Setuju	12	40,0%
3	Ragu-Ragu	3	10,0%
4	Tidak Setuju	13	43,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang penjualan produk PT PER dilakukan secara langsung kepada calon debitur yang datang, responden menjawab sangat setuju

sebesar 6,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 40,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 10,0% yang menjawab tidak setuju sebesar 43,3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.28: Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>) Dilihat Dari Aspek PT. PER sering membuat kegiatan undian berhadiah.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	4	13,3%
2	Setuju	8	26,7%
3	Ragu-Ragu	6	20,0%
4	Tidak Setuju	11	36,7%
5	Sangat Tidak Setuju	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang PT. PER sering membuat kegiatan undian berhadiah, responden menjawab sangat setuju sebesar 13,3% kemudian yang menjawab setuju sebesar 26,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 20,0% yang menjawab tidak setuju sebesar 36,7% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3,3%.

Tabel 5.29: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang promosi (X<sub>4</sub>).

No	Pernyataan	SS		S		R		TS		STS		N	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PT. PER melakukan promosi penjualan sangat gencar.	11	36,7	6	20,0	6	20,0	7	23,3	0	0	30	100
2	PT. PER mempromosikan produknya menggunakan iklan.	10	33,3	8	26,7	12	40,0	0	0	0	0	30	100
3	Informasi yang diberikan oleh PT. PER menarik	5	16,7	15	50,0	10	33,3	0	0	0	0	30	100
4	Penjualan produk PT. PER dilakukan secara langsung kepada calon debitur yang datang.	2	6,7	12	40,0	3	10,0	13	43,3	0	0	30	100
5	kemampuan dan ketrampilan karyawan di PT. PER dalam melayani nasabah sangat baik.	4	13,3	8	26,7	6	20,0	11	36,7	1	3,3	30	100
	Jumlah	32	106,7	49	163,4	37	123,3	31	103,3	1	3,3	150	500
	Rata-rata persentase		21,3		32,7		24,7		20,7		0,6		100

Sumber: Data olahan 2011.

Dari tabel 5.34 diketahui rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang responden atau sebesar 21,3%. kemudian yang menjawab setuju sebanyak 49 orang responden atau 32,7%. Yang menjawab ragu sebanyak 37 orang atau 24,7%. yang menjawab tidak setuju sebanyak 31 orang responden atau 20,7%. dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 0,6%. Jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 54,0% dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 21,3%. Dari data tersebut diketahui bahwa jawaban responden lebih banyak menyatakan setuju, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi (X<sub>4</sub>) merupakan salah satu hal yang menyebabkan permohonan kredit.

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran suatu produk dan jasa karena dengan adanya promosi mendorong pembelian bagi calon pembeli baik jasa ataupun produk. Untuk itu peranan promosi tidak



dapat diabaikan begitu saja. Tanpa adanya promosi yang jelas produk atau jasa yang akan dijual tidak begitu dikenal konsumen.

Tabel yang menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap promosi ( $X_4$ ), dimana responden menyatakan ragu juga didapatkan sebanyak 24,7%, kemudian yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju juga sebanyak 21,3% namun yang lebih banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju. Berarti promosi ( $X_4$ ) tidak sepenuhnya dianggap faktor yang mempengaruhi permohonan kredit.

#### 5. Variabel Permohonan kredit (Y).

Dalam kaitannya dengan variabel Kredit macet (Y), analisa data akan didasarkan pada variabel dari angket yang disebar. Berdasarkan data yang diperoleh lalu angket dapat dilihat pada uraian dan tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 5.30: Tanggapan Responden Tentang permohonan Kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan pemohonan kredit pada PT. PER karena pelayanannya sangat baik.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16,7%
2	Setuju	10	33,3%
3	Ragu-Ragu	5	16,7%
4	Tidak Setuju	10	33,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang saya melakukan pemohonan kredit pada PT. PER karena pelayanannya sangat baik, responden menjawab sangat setuju sebesar 16,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 33,3 %, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 16,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 33,3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.31: Tanggapan Responden Tentang permohonan Kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena promosinya menggunakan iklan.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10,0%
2	Setuju	17	56,7%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	8	26,7%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena promosinya menggunakan iklan, responden menjawab sangat setuju sebesar 10,0% kemudian yang menjawab setuju sebesar 56,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 6,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 26,7% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5. 32: Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena syaratnya mudah.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10,0%
2	Setuju	14	46,7%
3	Ragu-Ragu	1	3,3%
4	Tidak Setuju	10	33,3%
5	Sangat Tidak Setuju	2	6,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena syaratnya mudah, responden menjawab sangat setuju sebesar 10,0% kemudian yang menjawab setuju sebesar 46,7%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 3,3% yang menjawab tidak setuju sebesar 33,7% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 6,7%.

Tabel 5.33: Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunganya yang termasuk rendah.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16,7%
2	Setuju	16	53,3%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	7	23,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunganya yang termasuk rendah, responden menjawab sangat setuju sebesar 16,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 53,3%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 6,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 23,3% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.34: Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y) Dilihat Dari Aspek saya melakukan permohoan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunga yang stabil.

No	Tanggapan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	16,7%
2	Setuju	12	40,0%
3	Ragu-Ragu	2	6,7%
4	Tidak Setuju	11	36,7%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan 2011.

Tanggapan responden tentang saya melakukan permohoan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bunga yang stabil, responden menjawab sangat setuju sebesar 16,7% kemudian yang menjawab setuju sebesar 40,0%, yang menjawab Ragu-ragu sebesar 6,7% yang menjawab tidak setuju sebesar 36,7% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%.

Tabel 5.35: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang permohonan kredit (Y).

No	Pernyataan	SS		S		R		TS		STS		N	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karenan pelayanannya sangat baik	5	16,7	10	33,3	5	16,7	10	33,3	0	0	30	100
2	saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena promosinya menggunakan iklan.	3	10,0	17	56,7	2	6,7	8	26,7	0	0	30	100
3	saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena syaratnya mudah	3	10,0	14	46,7	1	3,3	10	33,3	2	6,7	30	100
4	saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karenan tingkat suku bunganya rendah	3	16,7	16	53,3	2	6,7	7	23,3	0	0	30	100
5	saya melakukan permohonan kredit pada PT. PER karena tingkat suku bungan yang stabil	5	16,7	12	40,0	2	6,7	11	36,7	0	0	30	100
	Jumlah	21	70,1	69	230	12	40,1	46	153,3	2	6,7	150	500

Sumber: Data olahan 2011.

Dari tabel 5.41 diketahui rata-rata responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang responden atau sebesar 14,0%. kemudian yang menjawab setuju sebanyak 69 orang responden atau 46,0%. Yang menjawab ragu sebanyak 12 orang atau 8,0%. yang menjawab tidak setuju sebanyak 46 orang responden atau 30,7%. dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 1,3%. Jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 60,0% dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 32,0%. Dari data tersebut diketahui bahwa jawaban responden lebih banyak menyatakan setuju, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kredit macet dipengaruhi oleh berbagai permasalahan, diantaranya adalah karena menurunnya penjualan, menurunnya pendapatan, bahkan keingkaran nasabah juga menjadi salah satu faktor penyebab permohonan kredit.

Tabel yang menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap permohonan kredit (Y), dimana responden menyatakan ragu juga didapatkan sebanyak 8,0% dari yang lainnya, kemudian yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju juga sebanyak 32,0% namun yang lebih banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju.

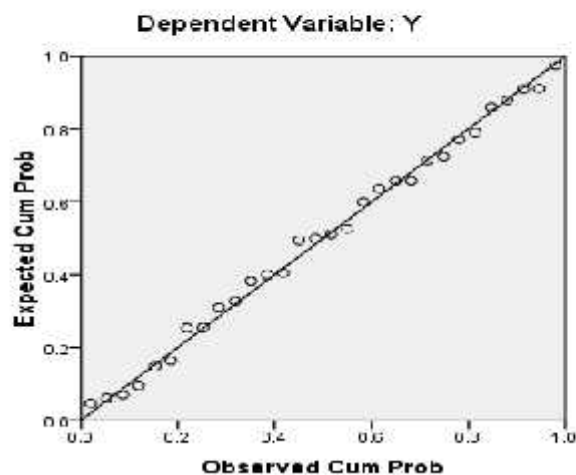
## 5.4 Metode Pengujian Kualitas Data.

### 5.4.1 Uji Normalitas.

Deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Pada gambar terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas seperti terlihat pada gambar 5.1.

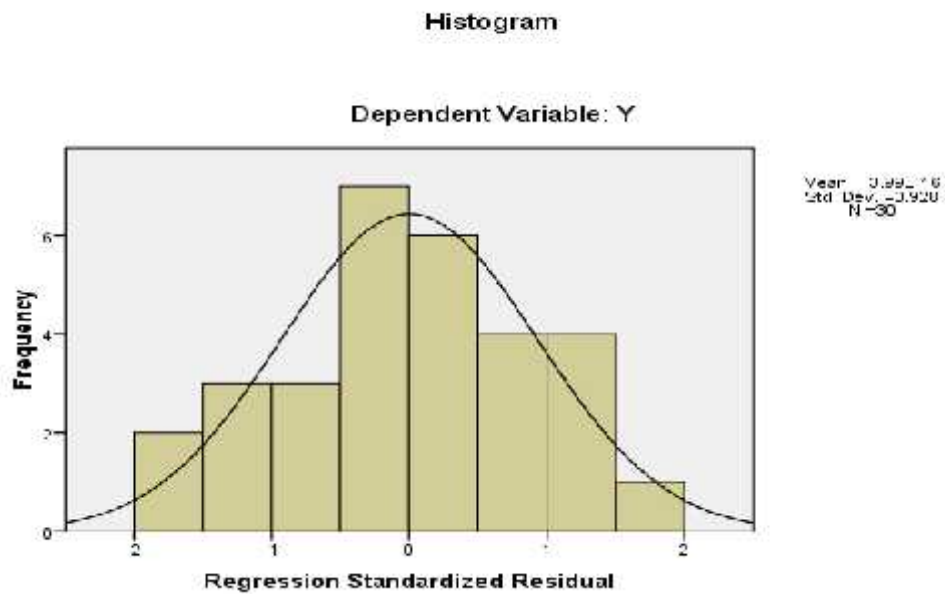
**Gambar : 5.1**  
**Diagram P-Plot Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Deteksi normalitas dapat juga dilihat dengan menggunakan kurva normal dengan model regresi memenuhi asumsi normalitas seperti terlihat pada gambar 5.2.

**Gambar : 5.2: Histogram Normalitas**



Uji Normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal.

Kemudian pada langkah awal diterangkan deskripsi statistik variabel-variabel dalam penelitian.

**Tabel 5.36: Deskriptive statistic.****Descriptive Statistics.**

	Mean	Std. Deviation	N
PERMOHONAN KREDIT	17.033	3.3060	30
PROSEDUR DAN PERSYARATAN	20.933	1.3113	30
SUKU BUNGA	21.167	2.5875	30
PELAYANAN	18.533	2.8736	30
PROMOSI	16.933	2.9117	30

Tabel di atas menjelaskan bahwa rata-rata permohonan kredit (Y) sebesar 17,033, *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ) 20.933, suku bunga ( $X_2$ ) 21,167, pelayanan ( $X_3$ ) 18,555, dan promosi ( $X_4$ ) sebesar 16,933. Standar deviasi atau simpangan baku permohonan kredit (Y) adalah 3,3060, prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) sebesar 1,3113, suku bunga ( $X_2$ ) 2,5875, pelayanan ( $X_3$ ) 2,8736, dan promosi ( $X_4$ ) sebesar 2,9117. ini mengandung pengertian permohonan kredit (Y) datanya lebih luas dibandingkan prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ), dengan kata lain variansi data promosi ( $X_4$ ) lebih kecil dari *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), permohonan kredit (Y) dan pelayanan ( $X_3$ ). Sedangkan besarnya N adalah 30.

**Tabel 5.37: Correlations**

		Correlations				
		Y	X1	X2	X3	X4
Pearson Correlation	Y	1.000	.136	.092	.361	.545
	X1	.136	1.000	.308	-.027	.197
	X2	.092	.308	1.000	.280	-.049
	X3	.361	-.027	.280	1.000	.264
	X4	.545	.197	-.049	.264	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.237	.314	.025	.001
	X1	.237	.	.049	.444	.148
	X2	.314	.049	.	.067	.399
	X3	.025	.444	.067	.	.079
	X4	.001	.148	.399	.079	.
N	Y	30	30	30	30	30
	X1	30	30	30	30	30
	X2	30	30	30	30	30
	X3	30	30	30	30	30
	X4	30	30	30	30	30

Tabel di atas menjelaskan matrik korelasi variabel permohonan kredit (Y), prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ). Besarnya N masing-masing variabel adalah 30 dengan teknik pearson correlation dari output dapat dibuat resume interpretasi korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya korelasi, dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Bila besarnya nilai probabilitas atau sig (1 tailed) lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak ini berarti ada korelasi yang signifikan.
2. Bila koefisien korelasi bertanda positif, menunjukkan arah korelasinya positif (searah), mengandung pengertian semakin tinggi skor variabel pertama maka semakin tinggi pula skor variabel kedua, sebaliknya semakin rendah skor variabel pertama maka skor variabel kedua semakin rendah.



3. Bila koefisien korelasi bertanda negatif. Menunjukkan arah korelasinya negatif (berlawanan arah) mengandung pengertian semakin tinggi skor variabel pertama maka semakin rendah pula skor variabel kedua, sebaliknya semakin rendah skor variabel pertama maka skor variabel kedua semakin tinggi.

Berdasarkan ketentuan di atas maka dapat dibuat interpretasi korelasinya.

Dilihat dari besarnya signifikansi maka dapat diputuskan korelasinya.

1. Hubungan antara permohonan kredit (Y) dan *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ) koefisien korelasinya adalah 0,136 dan signifikansinya adalah 0,237 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.
2. Hubungan antara permohonan kredit (Y) dan suku bunga ( $X_2$ ) koefisien korelasinya adalah 0,092 dan signifikansinya 0,314 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.
3. Hubungan antara permohonan kredit (Y) dan pelayanan ( $X_3$ ) koefisien korelasinya adalah 0,361 dan signifikansinya 0,25 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.
4. Hubungan antara permohonan kredit (Y) dan promosi ( $X_4$ ) koefisien korelasinya adalah 0,545 dan signifikansinya 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat korelasi.
5. Hubungan antara prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) dan suku bunga ( $X_2$ ) koefisien korelasinya adalah 0,308 dan signifikansinya 0,049 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat korelasi.

6. Hubungan antara prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) koefisien korelasinya adalah 0,027 dan signifikansinya 0,444 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.
  7. Hubungan antara prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_4$ ) koefisien korelasinya adalah 0,197 dan signifikansinya 0,148 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi..
  8. Hubungan antara suku bunga ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) koefisien korelasinya adalah 0,280 dan signifikansinya 0,067 lebih besar dari 0,05 yang berarti terdapat korelasi..
  9. Hubungan antara suku bunga ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_4$ ) koefisien korelasinya adalah 0,049 dan signifikansinya 0,399 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.
  10. Hubungan antara pelayanan ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) koefisien korelasinya adalah 0,264 dan signifikansinya 0,079 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat korelasi.
- Hubungan antara permohonan kredit ( $Y$ ) dan suku bunga ( $X_2$ ) koefisien korelasinya adalah 0,092 dan signifikansinya 0,314 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi.

**Tabel 5.38: Variables Entered/ Removed.**

Variables Entered/Removed <sup>b</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PROMOSI, SUKU BUNGA, PROSEDUR DAN PERSYARATAN, PELAYANAN <sup>a</sup>		. Enter

pa. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PERMOHONAN KREDIT.

Tabel di atas menjelaskan metode regresi yang digunakan untuk menganalisis data dengan program SPSS 16.0 metode yang digunakan adalah metode enter. Variabel *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ) tidak ada yang dikeluarkan.

#### **5.4.2 Uji asumsi klasik**

##### **1. Uji multikolinearitas.**

Uji multikolinearitas dengan menggunakan VIF paling jamak dilakukan dalam penelitian di Indonesia. Asumsi multikolinearitas terpenuhi jika VIF berada di bawah angka 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1, maka asumsi bebas. Hasil uji multikolinearitas disimpulkan seperti tabel 5.39 di bawah ini.

**Tabel 5.39: Hasil uji multikolinieritas.**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.102	9.325		.011	.991	-19.104	19.308
	X1	.084	.447	.033	.189	.852	-.837	1.006
	X2	.055	.233	.043	.235	.816	-.424	.534
	X3	.256	.206	.223	1.245	.225	-.168	.681
	X4	.547	.199	.481	2.748	.011	.137	.956

a. Dependent variable: Y

Coefficients <sup>a</sup>				
Correlations			Collinearity Statistics	
Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
.136	.038	.030	.825	1.213
.092	.047	.038	.782	1.278
.361	.242	.201	.810	1.235
.545	.482	.443	.846	1.182

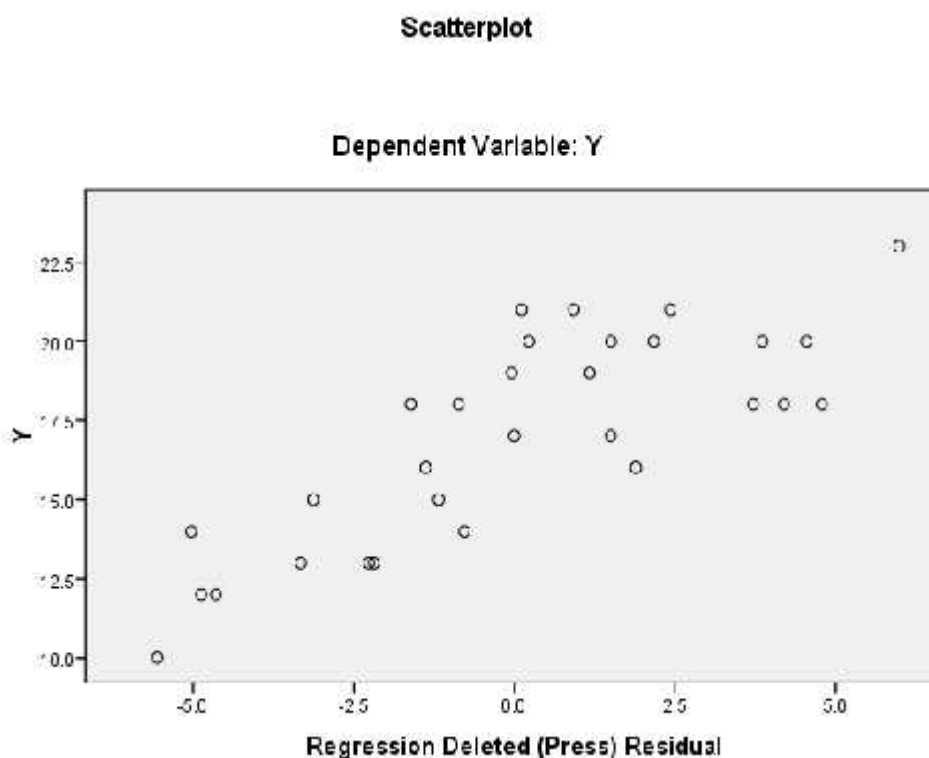
Tabel diatas menunjukkan nilai tolerance untuk variabel *prosedur dan persyaratan*, adalah sebesar 0,824 dengan VIF sebesar 1,213. Nilai tolerance untuk variabel *suku bung*, adalah sebesar 0,782 dengan VIF sebesar 1,278 Nilai tolerance untuk variabel *pelayanan*, adalah sebesar 0,810 dengan VIF sebesar 1,235. Nilai tolerance untuk variabel *promosi*, adalah sebesar 0,846 dengan VIF sebesar 1,182. Nilai VIF semua variabel berada dibawah angka 10 yang menyatakan bebas dari asumsi multikolinieritas, dari nilai tolerance terlihat

bahwa semua variabel berada dibawah angka 1 yang menyatakan bebas dari multikolaritas.

## 2. Analisis Uji Heterokedastisitas.

untuk mendeteksi heterokedastisitas dapat melihat grafik *scatterplot*. Deteksinya dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dimana sumbu X dan Y menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (**Santono, 2001: 210**).

**Gambar 5.3 : Diagram Scatterplot Heterokedastisitas**



Pada gambar 5.3. dapat diketahui bahwa sebaran titik berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dengan demikian tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Autokorelasi.

Autokorelasi terjadi bila ada korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada abservasi yang menggunakan data *time series*. Konsekuensi adanya autokorelasi ini adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya, dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen pada nilai variabel independen tertentu. Ketentuan uji autokorelasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika DW di bawah -2, berarti terdapat autokorelasi positif
- b. Jika DW di antara -2 sampai +2, berarti tidak terjadi autokorelasi
- c. Jika DW di atas +2, berarti autokorelasi negatif

**Tabel 5.40: Hasil Autokorelasi.**

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.593 <sup>a</sup>	.351	.247	2.8682	.351	3.383	4	25	.024	2.132

a. Predictors: (Constant), X4,X2,X1,X3

b. Dependent Variable: Y.

Pada tabel di atas terlihat bahwa angka Durbin Watson di atas 2 yaitu sebesar 2,132 yang berarti autokorelasi negatif. Meskipun terdapat autokorelasi negatif namun regresi ini tetap dilanjutkan dengan alasan bahwa pada penelitian ini autokorelasi muncul dikarenakan observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.

### 5.5 Analisis Regresi linier Berganda.

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, dilakukan dengan menggunakan metode enter, dimana semua variabel dimasukkan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui meregresikan prosedur dan persyaratan, suku bunga, pelayanan dan promosi sebagai independen terhadap permohonan kredit (Y). Hasil regresi seperti yang tercantum dalam tabel 5.41 di bawah.

**Tabel 5.41: Hasil Regresi.**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.102	9.325		.011	.991	-19.104	19.308
	X1	.084	.447	.033	.189	.852	-.837	1.006
	X2	.055	.233	.043	.235	.816	-.424	.534
	X3	.256	.206	.223	1.245	.225	-.168	.681
	X4	.547	.199	.481	2.748	.011	.137	.956

a. Dependent Variable: Y.

Coefficients <sup>a</sup>				
Correlations			Collinearity Statistics	
Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
.136	.038	.030	.825	1.213
.092	.047	.038	.782	1.278
.361	.242	.201	.810	1.235
.545	.482	.443	.846	1.182

Tabel coefficients di bawah kolom B pada constant adalah 0,102 sedangkan nilai *prosedur dan persyaratan* (X<sub>1</sub>) adalah 0,084, suku bunga (X<sub>2</sub>)

0,055, pelayanan ( $X_3$ ) 0,256 dan nilai promosi ( $X_4$ ) adalah 0,547. sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 0,102 + 0,084X_1 + 0,055X_2 + 0,256X_3 + 0,547X_4$$

Di mana:

Y = Permohonan kredit (Y)

$X_1$  = Prosedur dan persyaratan ( $X_1$ )

$X_2$  = Suku bunga ( $X_2$ )

$X_3$  = Pelayanan ( $X_3$ )

$X_4$  = Promosi ( $X_4$ )

Penjelasan:

*Prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ):* Setiap 1 poin kenaikan *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ) yang diberikan oleh PT. PER Pekanbaru terhadap nasabah, maka akan terjadi kenaikan permohonan kreditt (Y) sebesar 0,084 poin.

Suku bunga ( $X_2$ ): Setiap kenaikan suku bunga ( $X_2$ ) yang diberikan oleh nasabah terhadap PT. PER Pekanbaru, maka terjadi kenaikan permohonan Kredit (Y) sebesar 0,055 poin.

Pelayanan ( $X_3$ ): Setiap kenaikan pelayanan ( $X_3$ ) yang diberikan oleh PT. PER Pekanbaru terhadap nasabah, maka terjadi kenaikan permohonan kredit (Y) sebesar 0,256 poin.

Promosi ( $X_4$ ): Setiap kenaikan promosi ( $X_4$ ) yang diberikan oleh PT. PER Pekanbaru terhadap nasabah, maka terjadi kenaikan permohonan kredit (Y) sebesar 0,547 poin.



a (konstan) : 0,102 menunjukkan bahwa jika variabel *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) 0 (nol) maka tingkat permohonan kredit (Y) sebesar 0,102%.

### 1. Uji Secara Parsial (Uji T).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual serta untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang dijelaskan melalui hipotesis berikut ini.

H1 : Diduga prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) mempengaruhi permohonan kredit(Y).

Berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas sebesar  $0.852 > = 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Hasil ini menunjukkan *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan.

Jika dilakukan perbandingan hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Wina oktapiana (2008)**. Penelitian menunjukkan hasil yang berbeda bahwa prosedur dan persyaratan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit.

H2 : Diduga suku bunga ( $X_2$ ) mempengaruhi permohonan kredit (Y).

Berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas sebesar  $0.816 > = 0,05$  maka  $H_2$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa suku bunga ( $X_2$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan.

Hasil ini juga tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **wina oktapiana (2008)**, **wahyuni (2008)** dan **budianto (2010)**. Bahwa suku bunga mempengaruhi permintaan kredit secara signifikan.

H3 : Diduga pelayanan ( $X_3$ ) mempengaruhi permohonan kredit (Y).

Berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas sebesar  $0,225 > = 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan ( $X_3$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **wahyuni (2008)**. Bahwa pelayanan mempengaruhi permintaan kredit secara signifikan.

H4 : Diduga promosi ( $X_4$ ) mempengaruhi permohonan kredit (Y).

Berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas sebesar  $0,011 < = 0,05$  maka  $H_4$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi ( $X_4$ ) mempengaruhi permohonan kredit (Y).

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **wina oktapiana (2008)**. Bahwa promosi mempengaruhi permintaan kredit secara signifikan.

Secara teoretik memang *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ), dan suku bunga ( $X_2$ ), mempengaruhi permohonan kredit (Y). namun setelah dilakukan penelitian ternyata variabel tersebut tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y). Oleh karena itu variabel tersebut perlu ditinjau ulang. Bisa saja terjadi alat atau indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran pemberian kredit

kurang memenuhi syarat. Namun demikian variabel yang paling mempengaruhi permohonan kredit (Y) adalah variabel promosi ( $X_4$ ).

## 2. Uji Secara Simultan (Uji F).

Uji F ini digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan hal tersebut maka dilakukan uji F. Hasil uji regresi secara simultan atau uji F dapat dilihat pada tabel 5.36 di bawah ini :

**Tabel 5.42: Hasil Uji F.**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.305	4	27.826	3.383	.024 <sup>a</sup>
	Residual	205.662	25	8.226		
	Total	316.967	29			

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, SUKU BUNGA, PROSEDUR DAN PERSYARATAN, PELAYANAN

b. Dependent Variable: PERMOHONAN KREDIT.

Tabel di atas menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variasi nilai dependent dengan menggunakan besarnya nilai F. Besarnya F hitung adalah 3.383 sedangkan besar signifikansinya 0,024. signifikansi tabel ANOVA 0,024 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian variasi nilai variabel bebas atau variabel independent dapat menjelaskan variasi nilai variabel dependent, dengan kata lain variabel prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) dapat mempengaruhi variabel permohonan kredit(Y).

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh **wina oktapiana (2008)**, seluruh variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh **Budianto (2010)** yang meneliti tentang pengaruh prosedur dan persyaratan kredit dan tingkat suku bunga terhadap permintaan kredit usaha kecil menengah pada PT. Bank Riau cabang utama Pekanbaru, yang menunjukkan bahwa prosedur dan persyaratan kredit dan suku bunga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan kredit. Hasil ini sama juga dengan penelitian yang dilakukan oleh **Wahyuni (2008)**, yang mengadakan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan permintaan kredit pada PT. Bank perkreditan rakyat payung negeri bestari pekanbaru. seluruh variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Nilai  $R^2$  (Koefisien Determinasi) terlihat pada tabel 5.43 dibawah:

**Tabel 5.43: Hasil koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.593 <sup>a</sup>	.351	.247	2.8682	.351	3.383	4	25	.024	2.132

a. Predictors: (Constant), X4,X2,X1,X3

b. Dependent Variable: Y.

Tabel di atas menjelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas

atau variabel prediktor terhadap variabel terikat. Besar koefisien determinasi adalah 0,351 mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (independent) terhadap perubahan variabel dependent adalah 35,1%. Sedangkan 64,9% (100%-35,1%) dipengaruhi oleh variabel lain. Jadi pengaruh pelayanan dan promosi hanya 35,1% sedangkan pengaruh variabel lain adalah 64,9%. Dengan demikian berarti permohonan kredit (Y) lebih besar dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini wajar saja terjadi, karena dilihat dari besarnya koefisien korelasi antarvariabel menunjukkan signifikansi yang tidak terlalu besar.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan.

Hasil penelitian terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari uji simultan menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variasi nilai dependent dengan menggunakan besarnya nilai F. Besarnya F hitung adalah 3,383 sedangkan besar signifikansinya 0,024. signifikansi tabel ANOVA 0,024 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian variasi nilai variabel bebas atau variabel independent dapat menjelaskan variasi nilai variabel dependent, dengan kata lain variabel *prosedur dan persyaratan* ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) dapat memprediksi variabel permohonan kredit (Y).
2. Selain itu uji secara parsial dimana berdasarkan statistik nilai signifikansi probabilitas prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) sebesar  $0,852 > = 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Hasil ini menunjukkan prosedur dan persyaratan ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan. Nilai signifikansi probabilitas suku bunga ( $X_2$ ) sebesar  $0,816 > = 0,05$  maka  $H_2$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa suku bunga ( $X_2$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan. Nilai signifikansi probabilitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar  $0,225 > = 0,05$  maka  $H_3$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa

pelayanan ( $X_3$ ) tidak mempengaruhi permohonan kredit (Y) secara signifikan. Nilai signifikansi probabilitas promosi ( $X_4$ ) sebesar  $0,011 < \alpha = 0,05$  maka  $H_4$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi ( $X_4$ ) mempengaruhi permohonan kredit (Y).

3. Dengan demikian variabel yang paling mempengaruhi permohonan kredit (Y) adalah variabel promosi ( $X_4$ ).

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran:

1. Prosedur dan persyaratan jangan terlalu ketat dan terlalu longgar, namun di usahakan agar tidak memberatkan dan dapat memudahkan mitra binaan dalam mengikuti prosedur dan syarat-syarat kredit tersebut.
2. Di harapkan PT. PER Pekanbaru lebih aktif dalam mensosialisasikan program kemitraan kepada masyarakat sehingga dapat diketahui dan di mengerti oleh seluruh lapisan masyarakat. Karena program ini baik membantu kredit usaha kecil dalam meningkatkan usahanya.
3. Di harapkan kepada PT. PER pekanbaru agar lebih meningkatkan mutu dalam hal pelayanan terutama dalam hal fasilitas fisik yang dianggap kurang baik oleh mitra binaan.
4. Pihak perusahaan juga harus mempertahankan citra tentang suku bunga rendah atas pinjaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2000. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, Jakarta: Erlangga.
- Assuari, 2001. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Budianto, 2010. *Pengaruh prosedur dan persyaratan dan tingkat suku bunga terhadap permintaan kredit pengusaha kecil pada PT. Bank Riau cabang utama Pekanbaru*, skripsi tidak di publikasikan, fakultas ekonomi UIN SUSKA RIAU: Pekanbaru.
- Eka wati, 2008. *Analisis factor-faktor yang mempengaruhi kredit usaha kecil pada PT. POS Indonesia Pekanbaru*, skripsi tidak di publikasikan, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU: Pekanbaru.
- Firdaus dan Ariyanti, 2004. *Manajemen perkreditan Bank umum*, Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, 2005. *Dasar-dasar perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [http://WWW. Bankmandiri.co.id](http://WWW.Bankmandiri.co.id).
- Kasmir, 2001. *Manajemen perbankan* , Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 2002. *Dasar-dasar lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta: PT. Raja Grfindo Persada.
- , 2007. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, 2001. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- , 2002. *Manajemen pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo.
- Moenir, 2000. *Pemasaran jasa*, Jakarta: Erlangga.
- Panji, 2000, *manajemen pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Rivai, vaithzal, 2006. *Bank and financial institution manajemen*, Jakarta: Raja grafindo Persada.



- Salidin , Djamil, 1997: *Manajemen pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Simanora, Bilson, 2003. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan protitabel*, Jakarta: Erlangga.
- Sulaiman, Wahid, 2004. *Analisis regresi dengan menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Andi offset.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Surono, 2008. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kredit mancet pada PT. BPR Payung Negeri Bestari Pekanbaru*, skripsi tidak di publikasikan, fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU: Pekanbaru.
- Sutojo siswanto, 2000. *Strategi manajemen kredit Bank umum*, Jakarta: Dasar mulya pustaka.
- Tjoekam, 2006. *Bank dan lembaga keuangan bukan Bank*, Jakarta: PT. Indeks.
- Undang-Undang NO.9, 1995. Tentang Perubahan atas Undang-Undang Dasar Republik Indonesia NO7 tahun1992. Tentang perbangkan.
- Wahyuni, 2008. *Factor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit usaha kecil pada PT. Bank Perkreditan Rakyat*, skripsi tidak dipublikasikan , Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU: Pekanbaru.
- Wina oktapianan 2008. *Faktor-yang mempengaruhi permintaan kredit usaha kecil pada Bank Riau cabang Pekanbaru*, skripsi tidak di publikasikan, Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS ISLAM RIAU: Peknbaru.