

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, LOKASI, PELAYANAN DAN SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)

(Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka)

Roos Nana Sucihati¹, Suprianto², Dedi Mustiadi³

1. Keuangan Perbankan, Universitas Samawa
2. Ekonomi Pembangunan, Universitas Samawa
3. Ekonomi Pembangunan, Universitas Samawa

Email :

roosnanasucihati@universitas-samawa.ac.id,
suprianto@universitas-samawa.ac.id

Abstrak

The purpose of this study was to know the effect of promotion, location, service and interest rates toward KUR financing decisions for customers of BRI Bank Jaya Makmur village, Labangka Sub-District. Type of this study was associative. The sample was determined using probability simple random sampling technique with a lottery technique so that the selected sample was 70 respondents from 240 customer of BRI. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis, statistical test of t and F and test the coefficient of determination (R^2). Based on the results of the study showed that partially the promotion and location variables had not effect toward the decision of KUR financing taking at BRI, while the service and interest rate variables had effect toward the decision of KUR financing taking at BRI Bank customers of Jaya Makmur village, Labangka Sub-District. Simultaneously, the variable of promotion, location, service and interest rates had effect toward the decision of making KUR financing for customers of BRI Bank Jaya Makmur village, Labangka Sub-District. The ability of the independent variable to influence the dependent variable was of 64.1%, while its remaining of 35.9% was influenced by other variables outside the study.

Keywords: Promotion, Location, Service, Interest Rates.

PENDAHULUAN

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh yang cukup besar dalam roda perekonomian baik di Indonesia maupun di dunia. Setiap lembaga keuangan pada umumnya jasa-jasa selalu di perlukan untuk kegiatan ekonomi. Salah satu lembaga keuangan yang berperan aktif adalah bank.

Menurut Kasmir (2016), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank sebagai perantara dalam kegiatan ekonomi, fungsi utama itu sendiri tidak lepas dari menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang membutuhkan berupa kredit atau pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Guna merealisasikan tujuan tersebut, pemerintah mengeluarkan produk pembiayaan dengan pinjaminan, yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan dari pemerintah dengan harapan dapat menjadi solusi penyediaan modal bagi masyarakat petani dan pelaku UMKM yang membutuhkan asupan modal tambahan, sehingga memungkinkan tidak adanya pinjaman modal yang berasal dari luar bank, seperti rentenir.

Salah satu daerah yang memanfaatkan dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mendapatkan pembiayaan modal tambahan adalah desa Jaya Makmur. Desa Jaya Makmur adalah salah satu dari 5 desa dan kelurahan yang berada di kecamatan Labangka yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Hasil pertanian utama di desa ini adalah jagung, padi, kelapa serta sayur-sayuran. Sejak kebijakan pemerintah tentang dana KUR dikeluarkan, kondisi keuangan masyarakat yang melakukan pinjaman dana KUR dapat dikatakan membaik dan jumlah nasabah cenderung meningkat pada setiap tahunnya.

Keputusan yang dibuat untuk menggunakan suatu produk atau jasa perbankan oleh petani di desa Jaya Makmur dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah suku bunga pengembalian yang rendah, promosi dan pelayanan yang dilakukan pihak bank penyedia KUR sangat optimal, serta lokasi bank penyedia KUR relatif mudah dijangkau oleh nasabah.

Menurut Swastha dan Irawan (2005), faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah adalah promosi, pelayanan dan lokasi. Apabila promosi dan pelayanan oleh pihak bank kepada nasabah dilakukan dengan baik serta lokasi bank yang strategis, maka akan timbul minat nasabah, sehingga keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan di bank tersebut akan semakin meningkat.

Pandangan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, lokasi, pelayanan dan minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KUR, baik secara parsial maupun secara simultan. Artinya, jika promosi, lokasi, pelayanan dan minat nasabah semakin tinggi, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan KUR Pada BRI Syariah KCP Majapahit Semarang akan semakin besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis ingin melakukan penelitian terkait pengaruh promosi, lokasi bank, pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka).

KAJIAN PUSTAKA

Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2011), promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan. Aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh bagi bank untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, karena promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

Promosi penjualan memberikan rangsangan yang dapat menarik perhatian nasabah sehingga akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih bank tersebut. Oleh karena itu, alat-alat promosi diperlukan agar komunikasi lebih efektif dalam mencapai nasabah dan calon nasabah sasaran.

Lokasi

Menurut Kotler (2010), lokasi merupakan tempat penyampaian produk ke konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (2009), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Lokasi merupakan salah satu faktor situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Alma (2003), memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dalam menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa. Pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.

Pelayanan

Menurut Kotler (2010), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Hasibuan (2002), pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.

Layanan yang dilakukan bank ikut berperan dalam memajukan usaha bank. Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat menciptakan nasabah yang loyal sehingga peluang konsumen untuk pindah ke perusahaan lain semakin kecil (Astuti dan Mustikawati, 2013).

Berdasarkan uraian teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa layanan merupakan jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa untuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka akan meminimalisir keluhan konsumen terhadap perusahaan sehingga keputusan konsumen untuk memilih perusahaan tersebut semakin besar.

Suku Bunga

Menurut Boediono (2014), suku bunga adalah harga dari penggunaan dana investasi (*loanable funds*). Sedangkan Kasmir (2016) mendefinisikan suku bunga sebagai harga yang harus dibayar bank kepada nasabah dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank.

Tingkat suku bunga merupakan salah satu indikator dalam menentukan apakah seseorang akan melakukan investasi atau menabung. Agilwaseso (2014) menyatakan bahwa hubungan yang terjadi antara suku bunga dengan keputusan meminjam kredit merupakan salah satu faktor yang menyebabkan apakah calon debitur bersedia untuk meminjam kredit atau tidak.

Berdasarkan pandangan yang telah penulis paparkan, dapat disimpulkan bahwa suku bunga adalah harga dari penggunaan dana investasi yang harus dibayar bank kepada nasabah dan nasabah kepada bank. Suku bunga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Semakin tingginya suku bunga kredit di suatu bank, maka semakin tinggi pula resiko nasabah tidak jadi untuk meminjam dana dari bank tersebut. Demikian sebaliknya.

Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Kotler (2010), perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih, dan evaluasi pasca perolehan. Keputusan nasabah dalam mengambil kredit, yaitu sebuah proses keputusan mengambil kredit pada suatu bank.

Berdasarkan pandangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan oleh konsumen merupakan proses pembelian yang nyata. Setelah semua tahap dilakukan, yaitu pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih, dan evaluasi pasca perolehan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak dan menentukan penjual yang terbaik untuk melakukan pembelian.

Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit modal kerja atau investasi kepada debitur yang mempunyai usaha produktif dan layak namun terkendala dalam penyediaan agunan tambahan yang mencukupi (Kementerian BUMN, 2017). Program ini dirancang oleh pemerintah dengan tujuan untuk meningkatkan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM), penciptaan lapangan pekerjaan, penanggulangan kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

KUR atau kredit usaha rakyat yang diberikan oleh perbankan kepada UMKM yang *feasible* tapi belum *bankable*. Artinya usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan untuk mengembalikan. Pemerintah memberikan peminjaman terhadap risiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh bank pelaksana pinjaminan KUR. Bank-bank yang mendapatkan KUR adalah Mandiri, BSM, BRI, BRIS, Bukopin dan BTN.

METODE**Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian asosiatif adalah penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel atau lebih. Desain asosiatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara promosi, lokasi pelayanan serta suku bunga terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR di BRI.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016). Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan respon nasabah BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka terkait kuesioner yang diberikan mengenai promosi, lokasi, pelayanan serta suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR di BRI. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari sumber primer, yaitu nasabah BRI yang melakukan pembiayaan KUR di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka melalui kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian (Arikunto, 2013). Berdasarkan pendapat tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI yang melakukan pembiayaan KUR di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka berjumlah 240 orang.

Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2013). Mengingat banyaknya jumlah populasi, maka penulis memilih beberapa nasabah secara acak sebagai perwakilan untuk menjadi responden (*simple random sampling*). yang Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf *error* sebesar 10%.

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

$$S = \frac{240}{1 + 240 (10\%)^2} = \frac{240}{1 + 240 \times 0.01} = \frac{240}{1 + 2.4} = \frac{240}{3.4} = 70,5$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebanyak 70 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2011). Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014). Kuesioner diberikan kepada 70 orang nasabah BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Kuesioner diukur menggunakan *skala Likert* dalam interval 5 poin (Albert Kurniawan, 2014).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang bersumber dari dokumen dan arsip yang sudah ada (Sugiyono, 2016). Data yang dikumpulkan menggunakan teknik ini berupa otobiografi, memorial, dokumen pemerintah atau swasta yang dikumpulkan dari data di server dan flashdisk, data tersimpan di website, dan lain-lain.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif, yaitu teknik analisis data yang dilakukan menggunakan teknik pengujian statistik (Sugiyono, 2016). Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini, mencakup analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis parameter parsial dan simultan dan pengujian koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas, yaitu promosi, lokasi, pelayanan, suku bunga terhadap variabel terikat keputusan nasabah. Data yang telah dikumpulkan diolah menggunakan aplikasi perangkat lunak yaitu *SPSS 16*. Berikut disajikan tabel hasil analisis regresi berganda berdasarkan *output SPSS*.

Tabel 1.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.358	1.458		5.048
	Promosi	.047	.111	.046	.427
	Lokasi	.207	.139	.195	1.489
	Pelayanan	.235	.086	.304	2.736
	Suku bunga	.745	.229	.363	3.248
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah					

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah).

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 1, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 7,358 + 0,047 (\text{Promosi}) + 0,207 (\text{Lokasi}) + 0,235 (\text{Pelayanan}) + 0,745 (\text{Suku Bunga}) + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$\beta_0 = 7,358$, artinya pada saat Promosi, Lokasi, Pelayanan dan Suku bunga nilainya 0 atau konstan, maka jumlah keputusan nasabah terhadap pengambilan pembiayaan KUR sebanyak 7,358 orang.

$\beta_1 = 0,047$, artinya apabila terjadi peningkatan promosi sebesar 1 satuan, dan variabel lain seperti lokasi, pelayanan dan suku bunga dianggap konstan

maka terjadi peningkatan jumlah keputusan pengambilan pembiayaan KUR sebanyak 0,047 orang.

$\beta_2 = 0,207$, artinya apabila terjadi peningkatan Lokasi sebesar 1 satuan, dan variabel lain seperti Promosi, pelayanan dan suku bunga dianggap konstan maka terjadi peningkatan jumlah keputusan pengambilan pembiayaan KUR sebanyak 0,207 orang.

$\beta_3 = 0,235$, artinya apabila terjadi peningkatan Pelayanan sebesar 1 satuan, dan variabel lain seperti Promosi, Lokasi dan suku bunga dianggap konstan maka terjadi peningkatan jumlah keputusan pengambilan pembiayaan KUR sebanyak 0,235 orang.

$\beta_4 = 0,745$, artinya apabila terjadi peningkatan Suku bunga sebesar 1 satuan, dan variabel lain seperti Promosi, lokasi dan pelayanan dianggap konstan maka terjadi peningkatan jumlah keputusan pengambilan pembiayaan KUR sebanyak 0,745 orang.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Indikator yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apakah hipotesis parsial diterima atau tidak adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} yang ditunjukkan pada tabel *Coefficients^a* terhadap t_{tabel} . Adapun kriterianya adalah apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, namun jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

Berdasarkan nilai t_{hitung} masing-masing variabel independen (X) pada tabel 1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Hal itu berdasarkan nilai hasil perhitungan $t_{hitung} 0.427 < t_{tabel} 1.997$ (variabel promosi) dan $t_{hitung} 1.489 < t_{tabel} 1.997$ (variabel lokasi). Dapat disimpulkan bahwa H_1 dan H_2 ditolak.

Sedangkan variabel pelayanan dan suku bunga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Hal itu berdasarkan perolehan nilai hasil perhitungan $t_{hitung} 2.736 > t_{tabel} 1.997$ (variabel pelayanan) dan $t_{hitung} 3.248 > t_{tabel} 1.997$ (variabel suku bunga). Dapat disimpulkan bahwa H_3 dan H_4 diterima.

2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen, yaitu promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI. Indikator yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apakah hipotesis simultan diterima atau tidak adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} yang ditunjukkan pada tabel *ANOVA^b* terhadap F_{tabel} . Adapun kriterianya adalah apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima, namun jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

Berikut disajikan tabel hasil pengujian hipotesis simultan berdasarkan *output SPSS*.

Tabel 2.
Hasil Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.939	4	42.485	28.967	.000 ^a
	Residual	95.333	65	1.467		
	Total	265.271	69			
a. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Promosi, Pelayanan, Lokasi						
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah).

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 28.967 dan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 2.513 ($28.967 > 2.513$). hal ini mengandung arti bahwa variabel promosi (X_1), lokasi (X_2), pelayanan (X_3), dan suku bunga (X_4) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka (Y). Dengan demikian, maka hipotesis simultan diterima.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari analisis regresi linear berganda. Jika nilai *R Square* yang diperoleh pada tabel *Model Summary* mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel bebas pada model tersebut menerangkan terhadap variabel terikat. Namun sebaliknya, jika nilai *R Square* mendekati 0 (nol), maka semakin lemah kemampuan variabel-variabel bebas menerangkan variabel terikat.

Berikut disajikan tabel hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) berdasarkan *output SPSS*.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.641	.619	1.211
a. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Promosi, Pelayanan, Lokasi				

Sumber: Output SPSS 16 (Data Primer Diolah).

Tabel 3 menunjukkan bahwa *R Square* hasil pengujian adalah sebesar 0.641. Hal ini mengandung arti bahwa kemampuan variabel bebas pada model, yaitu promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga dalam menerangkan variasi perubahan variabel terikatnya, yaitu keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka adalah sebesar 64.1%, sedangkan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari responden penelitian, selama satu tahun terakhir tidak ada kegiatan promosi dalam bentuk apapun yang dilakukan oleh pihak bank BRI. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa ada atau tidak adanya kegiatan promosi yang disampaikan oleh pihak bank tidak menjadi acuan nasabah untuk melakukan pinjaman KUR. Keputusan mereka untuk mengambil pembiayaan KUR pada BRI didasarkan atas kebutuhan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2014), yang memperoleh temuan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah adalah karena bank syariah mempunyai reputasi dan citra yang baik, berdasarkan saran atau rekomendasi keluarga dan teman, dan adanya penawaran hadiah atau bonus yang menarik.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan selama proses penelitian, penulis melihat bahwa akses lokasi yang ditetapkan oleh pihak bank sebagai tempat pelayanan terbilang cukup jauh bagi masyarakat Desa Jaya Makmur. Namun, jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan KUR pada BRI terus meningkat pada setiap tahunnya. Hal ini mengandung arti bahwa akses lokasi tidak mempengaruhi minat mereka dalam mengambil pembiayaan KUR di BRI. Keputusan mereka untuk mengambil pembiayaan KUR pada BRI didasarkan atas kebutuhan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2014). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah adalah dikarenakan pelayanan yang diberikan pihak kepada nasabahnya sangat baik dan optimal.

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Artinya, jika pelayanan yang diberikan semakin baik, maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR di BRI akan semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya.

Hasil ini selaras dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2018). Penelitian ini memperoleh hasil bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR. Layanan yang dilakukan bank ikut berperan dalam memajukan usaha bank. Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank sehingga keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan KUR di BRI Syariah KCP Majapahit Semarang semakin besar.

4. Pengaruh Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Artinya, jika suku bunga yang diberikan semakin stabil, maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR di BRI akan semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya.

Hasil ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Sumarni (2016), dengan judul Analisis Pengaruh Promosi, Pelayanan, Lokasi dan Tingkat Bunga Terhadap Minat Nasabah BKM Kecamatan Seyegan Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hasil temuannya mengatakan bahwa suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan, maka peneliti menyimpulkan bahwa promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka, sedangkan pelayanan dan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah mengambil pembiayaan KUR BRI di Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka. Kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen adalah sebesar 64,1%, sedangkan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti mengemukakan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

1. Bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Pihak BRI harus lebih meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. BRI dapat menggunakan berbagai *platform* media sosial *online* maupun cetak sebagai media untuk mempromosikan program, sehingga tujuan program dapat tersampaikan secara optimal.

2. Bagi Nasabah

Diharapkan dapat melunaskan proses pinjaman sesuai dengan prosedur serta pengembalian dana pinjaman KUR tepat waktu serta tidak terjadi penunggakan, sehingga tingkat kepercayaan dan kelancaran kedepannya akan tetap diberikan oleh pihak bank penyedia KUR.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan ada penelitian selanjutnya dari pihak lain dan hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi acuan bagi peneliti sejenis pada lokasi dan objek berbeda, seperti kepercayaan, religiusitas, harga dan lain sebagainya yang memungkinkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Agilwaseso. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di PD BKK Palembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 3, No. 4. Hal. 283-293.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti dan Mustikawati. 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 2 No. 1. Hal. 182-198.
- Boediono. 2014. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, Ali. 2002. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2002. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kasmir. 2016. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian BUMN. 2017. *Holding Company BUMN: Konsep, Implementasi, Dan Benchmarking*. Diakses pada tanggal 15 maret 2020.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. *Principle Of Marketing*. 10th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Utomo, Toni Prasetyo. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Ulfa, Malikhatul. 2018. Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Serta Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan KUR Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BRI Syariah KCP Majapahit Semarang. *Sriksi*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.