



**PREFERENSI PELAKU UMKM TERHADAP AKSESIBILITAS KREDIT  
PERBANKAN DI KOTA BOGOR**

**Skripsi**

**Diajukan Oleh :**

**Pandu Adam Ariansyah**

**021117233**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR**

**JANUARI 2022**



PREFERENSI PELAKU UMKM TERHADAP AKSESIBILITAS KREDIT  
PERBANKAN DI KOTA BOGOR

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana manajemen  
Program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi,  
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M, CA.)

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PREFERENSI PELAKU UMKM TERHADAP AKSESIBILITAS KREDIT**  
**PERBANKAN DI KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah di sidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari : Jumat, 5/11/2021

Pandu Adam Atriansyah

021117233

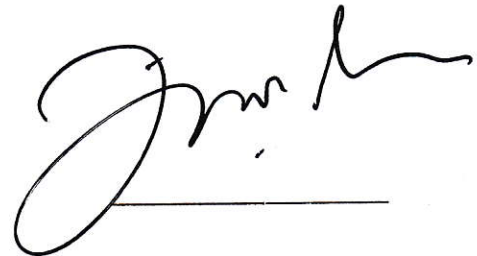
Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang  
(Oktori Kiswati Zaini, SE, MM)



24/11 - 2021

Ketua Komisi Pembimbing  
(Fredri Andria, S.Tp.,MM)



Anggota Komisi Pembimbing  
(Salmah, SE., MM)



## LEMBAR HAK CIPTA

**NOMOR** : 75/KEP/REK/IX/2021  
**TENTANG** : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER  
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN  
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN

---

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pandu Adam Atriansyah

Npm : 021117233

Judul Skripsi : Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Aksesibilitas Kredit Perbankan  
di Kota Bogor.

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karyawan yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan paten, hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor,



Pandu Adam Atriansyah

021117233

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun  
2021**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.*

*Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.*

2021

## ABSTRAK

Pandu Adam Atriansyah, 021117233, preferensi pelaku UMKM terhadap kredit perbankan di kota Bogor. Prodi manajemen pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Di bawah bimbingan Fredi Andria dan Salmah.

UMKM di kota Bogor juga tidak lepas dari masalah keterbatasan modal. Hal ini disebabkan karena kurangnya minat dan akses pelaku UMKM terhadap sumber pembiayaan karena rumitnya prosedur pembiayaan. Tujuan penelitian untuk menganalisis preferensi pelaku UMKM terhadap kredit perbankan, menganalisis aksesibilitas kredit perbankan, dan untuk menganalisis upaya mengembangkan UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan.

Berdasarkan grafik dapat disimpulkan bahwa preferensi UMKM terhadap kredit perbankan secara dominan dalam dimensi minat kecamatan Bogor Barat dengan *mean score* (6,60) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam aksesibilitas kredit perbankan di dimensi pengetahuan konsumen Tanah Sereal dengan *mean score* (7,40) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Dalam indikator jaminan kredit kecamatan Bogor Selatan dengan *mean score* (7,11) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam indikator proses pemberian kredit Bogor Selatan dengan *mean score* (7,00) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

Kata kunci : UMKM, kredit perbankan

## PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Aksesibilitas Kredit Perbankan di Kota Bogor” sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Pakuan Bogor.

Skripsi penelitian ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang telah sabar dalam mengasuh, mendidik, memberikan motivasi dan membimbing hingga saat ini. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua dan adikku tercinta, yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun materil yang tiada henti-hentinya.
2. Bapak Hendro Sasongko, AK., MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
3. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, SE.Ak, MM., CA selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Doni Wihartika, S.Pi., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Fredi Andria, S.Tp., MM selaku Ketua Komisi Pembimbing.
7. Ibu Salmah, SE., MM selaku Anggota Komisi Pembimbing.
8. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, yang tidak dapat disebut satu per satu.
9. Kepada teman-teman kelas G Manajemen 2017 dan kelas B Konsentrasi Pemasaran yang tidak dapat disebut satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangat kebersamaannya sampai saat ini.
10. Kepada teman (grup CB) Ainun, Aries, Dinda, Hanif, Rizal, Rendy, Singgih, Vira, Zufar yang telah mendoakan dan membantu.
11. Kepada teman rumah yang telah mendoakan dan membantu.
12. Kepada pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi membantu penelitian dan menyusun skripsi ini.

Penulis

Pandu Adam Atriansyah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR HAK CIPTA.....	iii
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan masalah.....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2. Perumusan masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1. Maksud Penelitian.....	5
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	5
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2. Definisi Pemasaran.....	6
2.1.3. Proses Pemasaran.....	7
2.2. Aksesibilitas.....	8
2.2.1. Pengertian Aksesibilitas.....	8
2.2.2. Jenis Aksesibilitas.....	8
2.3. Bank.....	8
2.3.1. Pengertian Bank.....	8
2.3.2. Jenis-Jenis Bank.....	9



2.3.3. Fungsi Bank .....	11
2.4. Kredit .....	12
2.4.1. Pengertian Kredit .....	12
2.4.2. Tujuan Pemberian Kredit .....	13
2.4.3. Jaminan Perkreditan .....	14
2.4.4. Proses Pemberian Kredit .....	14
2.5. Preferensi.....	16
2.5.1. Pengertian Preferensi .....	16
2.5.2. Pengetahuan Konsumen.....	16
2.5.3. Minat .....	17
2.6. UMKM.....	18
2.6.1. Pengertian UMKM.....	18
2.6.2. Kriteria UMKM .....	18
2.6.3. Kendala UMKM .....	19
2.7. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.....	21
2.7.1. Penelitian Terdahulu .....	21
2.7.2. Kerangka Pemikiran.....	24
<b>BAB III .....</b>	<b>26</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	26
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	26
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	27
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	27
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	28
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	29
3.7.1. Uji Validitas .....	29
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	30
3.8. Metode Pengolahan/ Analisis Data .....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
4.1. UMKM Kota Bogor .....	31

4.1.1. Jumlah UMKM Kota Bogor Per-Kecamatan.....	32
4.1.2. Jenis-Jenis UMKM Kota Bogor.....	32
4.1.3. Karakteristik Responden .....	33
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	34
4.3. Analisis dan Pembahasan .....	35
4.3.1. Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Kredit Perbankan .....	35
4.3.2. Aksesibilitas Kredit Perbankan .....	43
4.3.3. Upaya Mengembangkan UMKM Terhadap Kredit Perbankan ...	50
BAB V.....	51
KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Simpulan .....	51
5.2. Saran .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	56
LAMPIRAN.....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM Kota Bogor 2020 .....	2
Tabel 1. 2 Bunga Kredit UMKM 2020 .....	3
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survey Tanggapan UMKM dalam Kredit Perbankan.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3. 2 Data UMKM Kota Bogor 2020 .....	28
Tabel 3. 3 Jumlah sampel setiap kecamatan .....	28
Tabel 3. 4 Skala Likert .....	30
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 4. 4 Minat Indikator Ketertarikan Terhadap Kredit Bank Untuk Usaha.....	36
Tabel 4. 5 Minat Indikator Meningkatkan Minat Konsumen Untuk Kredit Perbankan .....	36
Tabel 4. 6 Minat Indikator Seseorang Berminat Untuk Mencari Informasi Secara Mendalam Tentang Kredit Perbankan .....	37
Tabel 4. 7 Pengetahuan Konsumen Indikator Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Cukup Mendukung Keputusan Dalam Kredit.....	38
Tabel 4. 8 Pengetahuan Konsumen Indikator Telah Mendapatkan Pengetahuan Untuk Melakukan Kredit Perbankan.....	39
Tabel 4. 9 Pengetahuan Konsumen Indikator Telah Mengetahui Cara Melakukan Kredit Perbankan.....	39
Tabel 4. 10 Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Kredit Perbankan .....	41
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden.....	42
Tabel 4. 12 Jaminan Kredit Indikator Mendapatkan Kemudahan Dalam Jaminan Kredit.....	43
Tabel 4. 13 Jaminan Kredit Indikator Sifat Jaminan Sangat Menentukan Disetujuinya Pemberian Kredit .....	43
Tabel 4. 14 Jaminan Kredit Indikator Kriteria Barang Jaminan Harus Diberikan Secara Terperinci .....	44
Tabel 4. 15 Proses Pemberian Kredit Indikator Prospek Usaha Nasabah Harus Menggambarkan Prospek Yang Bagus .....	45
Tabel 4. 16 Proses Pemberian Kredit Indikator Dalam Prosesnya Pinjaman Kredit Mudah Dilakukan.....	46
Tabel 4. 17 Proses Pemberian Kredit Indikator Tersedia Informasi Untuk Nasabah Pada Saat Melakukan Kredit.....	46
Tabel 4. 18 Aksesibilitas Kredit Perbankan.....	48
Tabel 4. 19 Hasil Tanggapan Responden.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Kredit UMKM Kota Bogor 2020.....	3
Gambar 2. 1 Proses Pemasaran .....	7
Gambar 2. 2 Konstelasi Penelitian .....	25
Gambar 4. 1 Jumlah UMKM Tahun 2016-2020 di Kota Bogor .....	31
Gambar 4. 2 UMKM Kota Bogor .....	32
Gambar 4. 3 Umur Responden.....	33
Gambar 4. 4 Lama Usaha.....	33
Gambar 4. 5 Pendidikan Responden .....	34
Gambar 4. 6 Grafik Dimensi Minat .....	37
Gambar 4. 7 Grafik Dimensi Pengetahuan Konsumen .....	40
Gambar 4. 8 Grafik Variabel Preferensi Pelaku UMKM.....	41
Gambar 4. 9 Grafik Dimensi Jaminan Kredit .....	44
Gambar 4. 10 Grafik Dimensi Proses Pemberian Kredit .....	47
Gambar 4. 11 Grafik Variabel Aksesibilitas Kredit Perbankan .....	48

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian bangsa. UMKM juga memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. UMKM telah teruji dan terbukti mampu bertahan di tengah krisis moneter serta mampu menjadi pendorong perekonomian setelah krisis berakhir. Perkembangan UMKM terbukti menjadi penggerak utama sektor riil yang berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Usaha ini relatif mampu bertahan karena tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman luar negeri. Akan tetapi pada kenyataannya, dukungan pembiayaan (modal kerja, investasi, dan cakupan pendanaan lain yang dibutuhkan) terhadap pengembangan UMKM sampai saat ini dinilai masih kurang memadai (Sunaningsih, dkk., 2019).

Selama pandemi Corona Covid-19 ini, sektor UMKM paling terdampak. Banyak dari pengusaha tersebut yang harus gulung tikar karena permintaan jatuh. Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan modal. Persoalan yang sering dikeluhkan adalah modal dalam bentuk pendanaan, ada kalanya pelaku usaha tidak menjalankan *business plan* mereka karena masalah dana. Banyak dari UMKM mengalami kesulitan mendapatkan pembiayaan dari bank atau lembaga keuangan formal lainnya karena berbagai alasan, di antaranya keterbatasan jaminan untuk pinjaman, belum memiliki izin usaha, proses pinjaman yang rumit, dan kurangnya informasi tentang tata cara pembiayaan (Kompas, 2020).

Kendala UMKM terhadap kredit perbankan ini bisa ditinjau dari sisi permintaan dan penawaran, dari sisi permintaan UMKM memiliki karakteristik yang cukup unik dimana pada umumnya UMKM tidak memiliki laporan keuangan yang transparan yang menyebabkan pemberi kredit memiliki kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai kondisi keuangan dan usaha dari UMKM (Sujarwo, 2015). Terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi yang menyebabkan keterbatasan akses pembiayaan keuangan oleh UMKM, yaitu terbatasnya fasilitas kredit perbankan pengembangan produk UMKM, prosedur dan persyaratan kredit perbankan relatif rumit dan birokratis, ketidakmampuan dalam menyediakan jaminan tambahan, tingginya bunga kredit perbankan terutama untuk modal investasi, dan terbatasnya jangkauan pelayanan kredit perbankan di daerah (Anggraini, dkk., 2015).

UMKM memiliki aksesibilitas yang terbatas terhadap modal terutama kredit dari lembaga keuangan bank. UMKM yang mayoritas unit usaha di Indonesia hanya memperoleh sekitar seperenam pangsa kredit nasional. Namun demikian, keberadaan KUR meningkatkan pangsa kredit nasional ini sebesar seperlimanya dalam beberapa tahun terakhir. Kecilnya persentase tersebut karena akses pada bank dinilai cukup

sulit. Bagi perbankan, kebijakan prudensial yang ketat sangat penting untuk menjaga stabilitas keuangan. Selain itu, pelaku UMKM juga minim informasi terkait kredit pembiayaan usaha. Faktor-faktor tersebut menjadi penyebab kecilnya akses UMKM terhadap kredit dari bank (Darwin, 2018).

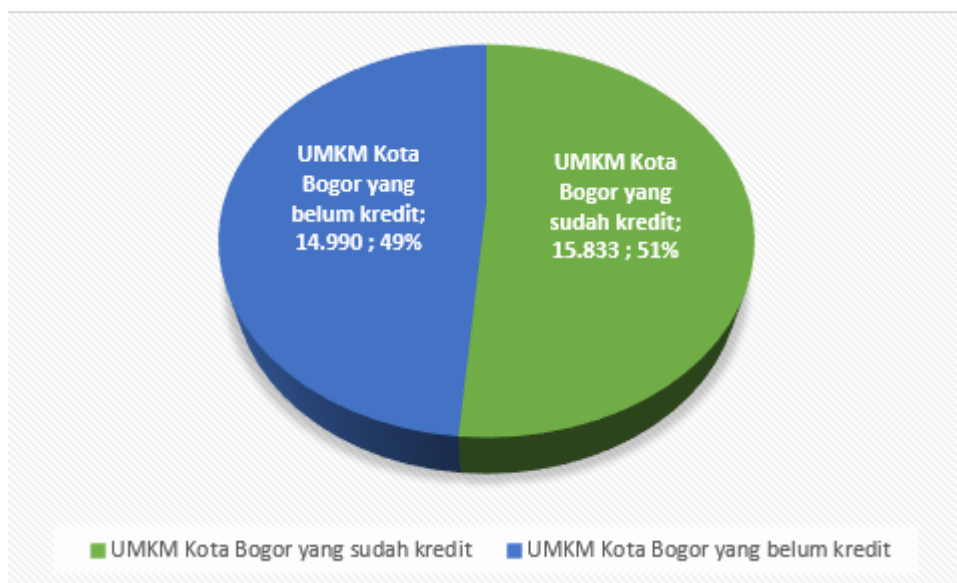
Perkembangan dunia digital saat ini memberikan stimulus bagi lembaga keuangan nonbank untuk memberikan layanan pinjaman secara *online* dengan proses yang lebih cepat dibandingkan perbankan dan tanpa agunan. Namun, kendala yang dihadapi pelaku UMKM untuk mengakses kredit tersebut adalah bunga yang sangat tinggi. Dalam sisi lain, sistem pembiayaan saat ini mulai mengarah ke sistem *financial technology (fintech)*. Dalam penyaluran pembiayaannya, *fintech* tidak lagi melalui perantara, namun langsung ke pihak peminjam (Diana, 2019).

Kota Bogor adalah salah satu kota di Indonesia yang menjadikan UMKM sebagai salah satu bidang prioritas unggulan. Data UMKM Kota Bogor menunjukkan bahwa jumlah UMKM di kota Bogor mencapai 30.823 pada tahun 2020. Besarnya populasi tersebut mengindikasikan pentingnya peran sektor UMKM bagi perekonomian daerah. Akan tetapi, UMKM di kota Bogor juga tidak lepas dari masalah keterbatasan modal. Hal ini disebabkan karena kurangnya minat dan akses pelaku UMKM terhadap sumber pembiayaan eksternal karena anggapan rumitnya prosedur pembiayaan tersebut.

**Tabel 1. 1 Data UMKM Kota Bogor 2020**

No	Kecamatan	Total
1	Bogor Utara	18.205
2	Bogor Selatan	2.900
3	Bogor Timur	1.341
4	Bogor Barat	4.599
5	Bogor Tengah	2.393
6	Tanah Sareal	1.385
	Total	30.823

Sumber : Data Sekunder Dinas Koperasi dan UMKM, 2020



**Gambar 1. 1 Grafik Kredit UMKM Kota Bogor 2020**

Sumber : Data Sekunder Kementerian Negara Koperasi dan UMKM, 2020

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bogor mencatat ada sebanyak 15.388 pelaku usaha telah mendapatkan kredit, pelaku UMKM yang terdaftar berasal dari berbagai jenis usaha. Sementara itu masih ada sebanyak 14.990 UMKM yang belum mendapatkan atau mendaftar untuk melakukan kredit.

**Tabel 1. 2 Bunga Kredit UMKM 2020**

Jumlah Pinjaman	Bunga Per bulan %	
	3 bulan pertama	3 bulan kedua
Rp 10.000.000,00	25%	25%
Rp 500.000.000,00	6%	3%
Rp 10.000.000.000,00	3%	2%

Sumber : Data Sekunder Kementerian Keuangan, 2020

Berdasarkan tabel di atas bunga kredit untuk UMKM pada tahun 2020 menunjukkan bahwa tinggi bunga berbeda-beda di setiap jumlah pinjaman, untuk pinjaman hingga 10 juta dengan bunga 25% baik di 3 bulan pertama ataupun 3 bulan kedua dan seterusnya, sementara untuk pinjaman diatas 10 juta hingga 500 juta mendapat bunga mencapai 6% untuk 3 bulan pertama dan 3% untuk 3 bulan kedua, sementara untuk pinjaman di atas 500 juta hingga 10 miliar mendapat bunga 3% untuk 3 bulan pertama dan 2% untuk 3 bulan kedua. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat masih tingginya bunga kredit yang harus dibayar oleh para UMKM untuk meminjam kredit untuk modal usaha mereka.

**Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survey Tanggapan UMKM dalam Kredit Perbankan**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		SS	S	TS	STS	
1	Apakah anda setuju untuk modal melalui kredit perbankan ?	5	10	13	2	30
2	Pemberian pinjaman modal dari bank bermanfaat bagi pengembangan usaha saudara ?	4	20	5	1	30
3	Apakah anda setuju selaku (debitur) bila bank meminta data kondisi keuangan perusahaan ?	6	16	7	1	30
4	Apakah anda setuju untuk kredit di perbankan ?	3	8	18	1	30
5	Apakah roses pemberian kredit menyulitkan ?	2	17	5	6	30

Sumber : Data Primer Pra-Survey UMKM, 2020.

Berdasarkan hasil survey pendapat UMKM terhadap kredit perbankan penulis mengambil 30 responden dikota Bogor. Menurut 30 responden dapat dilihat bahwa pelaku UMKM menjawab bahwa kredit bank memang mampu membantu dalam meningkatkan usaha, tetapi bukan berarti mereka mau untuk melakukan kredit untuk usaha mereka, responden menjawab tidak setuju jika untuk modal usaha harus menggunakan kredit bank dikarenakan proses pemberian kredit yang sulit, dan juga mereka tidak tertarik untuk melakukan kredit di perbankan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut. Oleh sebab itu penulis mengangkat judul **“Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Aksesibilitas Kredit Perbankan di Kota Bogor”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

1. Kurangnya minat pelaku UMKM terhadap kredit perbankan.
2. Sulitnya akses UMKM terhadap kredit perbankan.
3. Ketidakmampuan upaya pengembangan UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan.

### **1.2.2. Perumusan masalah**

1. Bagaimana preferensi pelaku UMKM terhadap kredit perbankan ?
2. Bagaimana aksesibilitas kredit perbankan ?
3. Bagaimana upaya mengembangkan UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan ?



### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, dan sebagai informasi keterkaitan/ hubungan diantara Preferensi Pelaku UMKM, dan Aksesibilitas Kredit Perbankan.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis preferensi pelaku UMKM terhadap kredit perbankan.
2. Untuk menganalisis aksesibilitas kredit perbankan.
3. Untuk menganalisis upaya mengembangkan UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Kegunaan Praktis**

Untuk membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada preferensi UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

#### **1.4.2. Kegunaan Akademis**

Untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu mengenai preferensi UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Manajemen Pemasaran

##### 2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah jenis manajemen yang sangat dibutuhkan untuk semua bisnis. Karena ini yang menentukan produk/ jasa bisa dikenal konsumen atau sebaliknya. Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran merupakan usaha melakukan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan (Darmanto & Wardaya, 2016).

Manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Putri, 2017).

Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan membumuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan (Kotler & Armstrong, 2016).

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah proses melakukan usaha dengan rencana yang dirancang agar dapat menarik pelanggan dengan memberikan kepuasan untuk mencapai tujuan organisasi.

##### 2.1.2. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi lain agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa dapat terpenuhi dan mereka yang memiliki produk atau jasa memperoleh keuntungan (Darmanto & Wardaya, 2016).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Menurut konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, kita mendefinisikan pemasaran

(*marketing*) sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler & Armstrong, 2016).

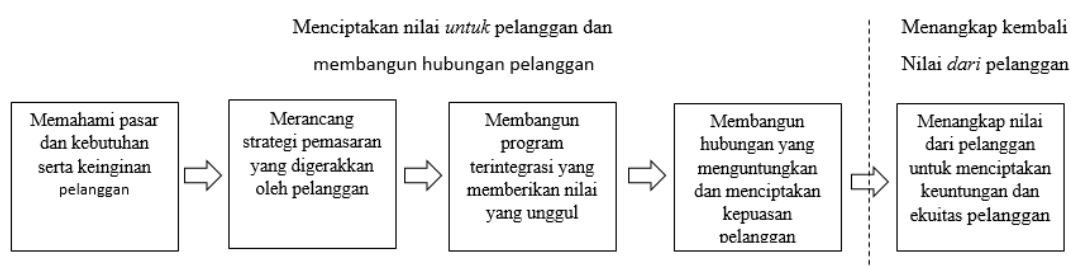
Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu - individu dan kelompok - kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya (Putri, 2017).

Pemasaran bersandar pada empat pilar yaitu pasar, sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas. Berdasarkan empat hal tersebut diilustrasikan dalam gambar di atas perbandingan konsep penjualan dan pemasaran di mana mereka dibandingkan dengan orientasi penjualan (Firmansyah, 2019).

Berdasarkan pengertian di atas peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

### 2.1.3. Proses Pemasaran

Proses pemasaran Gambar 2.1 menunjukkan model sederhana dari lima langkah proses pemasaran. Dalam empat langkah pertama, perusahaan bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Berdasarkan langkah terakhir, perusahaan menuai hasil dari menciptakan nilai unggul bagi pelanggan. Tentunya dengan menciptakan nilai bagi pelanggan, sebagai imbalannya mereka menangkap nilai dari pelanggannya dalam bentuk penjualan, laba, dan ekuitas pelanggan dalam jangka panjang (Kotler & Armstrong, 2016).



**Gambar 2. 1 Proses Pemasaran**

Sumber : (Kotler & Armstrong, 2016)

## 2.2. Aksesibilitas

### 2.2.1. Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. Karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas. Aksesibilitas memberikan pengaruh pada beberapa lokasi kegiatan atau tata guna lahan. Lokasi kegiatan juga memberikan pengaruh pada pola perjalanan untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Pola perjalanan ini kemudian mempengaruhi jaringan transportasi dan akan pula memberikan pengaruh pada sistem transportasi secara keseluruhan (Pinky, 2018).

Aksesibilitas di dalam menunjang terjaminnya pemenuhan aksesibilitas dikenal istilah aksesibel yaitu, kondisi suatu tapak, bangunan, fasilitas atau bagian darinya yang memenuhi persyaratan teknis aksesibilitas berdasarkan pedoman. Maka dalam upaya mendukung aksesibel tersebut, dikenal beberapa asas dan prinsip (Propiona, 2021).

Aksesibilitas adalah kemudahan yang disediakan bagi penyandang cacat guna mewujudkan kesamaan kesempatan dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan penyediaan aksesibilitas dimaksudkan untuk menciptakan keadaan dan lingkungan yang lebih menunjang penyandang cacat dapat sepenuhnya hidup bermasyarakat (Farida, 2020).

### 2.2.2. Jenis Aksesibilitas

Aksesibilitas terbagi menjadi fisik dan non fisik bagaikan dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisah-pisahkan karena jika satu sisi mata uang itu tidak bergambar maka uang tersebut tidak akan dapat di belanjakan (Pinky, 2018).

1. Aksesibilitas fisik, berupa: aksesibilitas pada bangunan umum, aksesibilitas pada jalan umum, aksesibilitas pada pertamanan dan pemakaman umum, aksesibilitas pada angkutan umum;
2. Aksesibilitas non fisik, berupa: pelayanan informasi dan pelayanan umum. Aksesibilitas fisik seperti di kantor-kantor yang sekarang ini masih saja belum memberikan kemudahan bagi difabel, karena tidak adanya ramp bagi difabel yang menggunakan kursi roda. Bahkan ada ramp yang disediakan tetapi ternyata tidak bisa diakses karena kondisi ramp yang curang dan hal ini sudah tentu membahayakan bagi difabel ketika akan mengaksesnya.

## 2.3. Bank

### 2.3.1. Pengertian Bank

Menurut Syaifudin bank pada dasarnya dapat diartikan sebagai lembaga yang memediasi antara pihak surplus dana dengan pihak defisit dana. Pihak *surplus* dana adalah masyarakat yang memiliki uang lebih yang dapat disimpan di bank dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan. Sedangkan pihak defisit dana adalah masyarakat

yang mengalami kekurangan dana yang dapat dipenuhi dengan cara meminjam di bank dalam bentuk kredit (*loan*) (Syaifuddin, 2019).

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Putra & Saraswati, 2020).

Pengertian pertama bank ini mencerminkan bahwa bank melaksanakan operasi perkreditan secara pasif dengan menghimpun uang dari pihak ketiga. Pengertian kedua bank sebagai pemberi kredit menjelaskan tentang bank sebagai pelaksana aktif operasi perkreditan (Amelia, dkk., 2019).

Berdasarkan pengertian di atas bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

### **2.3.2. Jenis-Jenis Bank**

Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 berdasarkan fungsinya bank dibagi menjadi 4 macam yaitu bank sentral, bank umum, bank tabungan, dan bank pembangunan (Syaifuddin, 2019).

#### **1. Bank Sentral**

Bank Indonesia sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang akan diatur dengan Undang-Undang tersendiri yaitu sebagai bank sentral, atau pemimpin dari bank-bank.

#### **2. Bank Umum**

Bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka pendek.

#### **3. Bank Tabungan**

Bank dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan dalam usahanya terutama memperbungakan dananya dalam kertas berharga.

#### **4. Bank Pembangunan**

Bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk deposito dan atau mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan panjang dan dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka menengah dan panjang dibidang pembangunan.

Berdasarkan Kepemilikan Modalnya Bank dibagi menjadi bank pemerintah, bank swasta nasional, bank swasta asing (Amelia, dkk., 2019).

### 1. Bank Pemerintah

Bank yang dimiliki oleh pemerintah dan dibagi lagi menurut bank umum, bank pembangunan dan bank tabungan.

### 2. Bank Swasta Nasional

Bank yang modalnya dimiliki oleh pengusaha nasional Indonesia yang juga terdiri dari bank umum, bank pembangunan dan bank tabungan.

### 3. Bank Milik Koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh badan hukum koperasi, contohnya adalah Bank Umum Koperasi Indonesia.

Berdasarkan Institusi Penciptaan Uang bank dapat dikelompokkan menjadi bank Primer dan bank Sekunder (Syaifuddin, 2019).

#### 1. Bank Primer

Bank yang bisa menciptakan uang (giral) melalui simpanan masyarakat yang ada padanya (simpanan uang likuid dalam bentuk giro). Pada umumnya bank-bank umum pemerintah, bank-bank umum swasta baik nasional maupun asing.

#### 2. Bank Sekunder

Bank yang tidak bisa menciptakan uang (giral) melalui simpanan masyarakat yang ada padanya. Bank-bank ini pada umumnya, bank desa, lumbung desa, bank pasar, bank pegawai, bank koperasi, atau bank-bank lain yang dipersamakan dengan itu.

Sedangkan penggolongan menurut Syaifuddin dalam Direktori Perbankan Indonesia bank di Indonesia dikelompokkan menjadi 6 jenis, yaitu bank persero, bank umum swasta nasional devisa, bank umum swasta nasional non devisa, bank pembangunan daerah, bank campuran dan, bank asing (Syaifuddin, 2019).

#### 1. Bank Persero,

Yaitu bank umum milik negara (Badan usaha milik negara, atau BUMN). Bank persero ini yang terdiri dari 5 bank yaitu;

- 1) PT. Bank Rakyat Indonesia,
- 2) PT. Bank Negara Indonesia (Persero),
- 3) PT. Bank Tabungan Negara (Persero),
- 4) PT. Bank Mandiri (Persero), dan
- 5) PT. Bank Ekspor Indonesia.

#### 2. Bank Umum Swasta Nasional Devisa (BUSND),

Adalah bank umum milik swasta nasional Indonesia yang dalam transaksinya dapat menggunakan mata uang dalam negeri (Rupiah) maupun menggunakan valuta asing. Bank jenis ini di Indonesia terdiri 36 bank.

3. Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa (BUSNND),  
Yaitu bank umum milik swasta nasional Indonesia yang dalam transaksinya hanya menggunakan mata uang dalam negeri (Rupiah). Bank jenis ini di Indonesia terdiri dari 40 bank.
4. Bank Pembangunan Daerah (BPD),  
Adalah bank milik pemerintah daerah yang terdiri dari 26 bank.
5. Bank Campuran (BC),  
Yaitu bank milik campuran antara swasta nasional dengan swasta asing yang terdiri dari 23 bank.
6. Bank Asing (BA),  
Adalah bank milik swasta asing yang terdiri dari 10 bank.

Dapat dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, maka bank dapat dibagi ke dalam dua macam. Pembagian jenis ini disebut juga pembagian berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut. Kedudukan atau status bank ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya (Putra & Saraswati, 2020).

1. Bank Devisa  
Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.
2. Bank Non Devisa  
Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi.

Berdasarkan teori di atas maka kedudukan atau status bank ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya.

### **2.3.3. Fungsi Bank**

Terdapat fungsi dari bank, adapun secara spesifik bank dapat berfungsi sebagai *agent of trust*, *agent of development* dan *agen of services* (Amelia, dkk., 2019).

#### **1. Agent Of Trust**

Yaitu lembaga yang landasannya kepercayaan. Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam penghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menyimpan dana dananya di bank apabila dilandasi

kepercayaan. Dalam fungsi ini akan di bangun kepercayaan baik dari pihak penyimpan dana maupun dari pihak bank dan kepercayaan ini akan terus berlanjut kepada pihak debitor.

## 2. *Agent Of Development*

Yaitu lembaga yang memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi. Kegiatan bank berupa penghimpun dan penyalur dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian disektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa, mengingat bahwa kegiatan investasi, distribusi dan konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi, distribusi, dan konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

## 3. *Agent Of Services*

Yaitu lembaga yang memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi. Bersamaan dengan melakukan kegiatan penghimpun dan penyalur dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat.

Bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi. Intermediasi keuangan adalah proses pembelian surplus dana dari unit ekonomi yaitu sektor usaha, pemerintah dan individu atau rumah tangga, untuk disalurkan kepada unit ekonomi defisit. Dengan kata lain, intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari penabung, atau kreditur (*ultimate lenders*) kepada peminjam, atau debitur (*ultimate borrowers*) (Syarifuddin, 2019).

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary* (perantara di bidang keuangan) sebagai penghimpun dana, penyalur dana, pelayan jasa bank (Putra & Saraswati, 2020).

Berdasarkan pendapat beberapa pakar yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan fungsi bank pada umumnya adalah sebagai pengumpulan dana, pemberian kredit, investasi, penciptaan uang, pembayaran, dan pemindahan uang, serta pemasokan produk jasa perbankan lainnya.

## **2.4. Kredit**

### **2.4.1. Pengertian Kredit**

Kredit berasal dari kata "*credere*" yang berarti percaya. Maksud dari kata tersebut bahwa kredit mengandung unsur kepercayaan dari bank kepada nasabah untuk dapat menggunakan kredit sebaik mungkin (Putra & Saraswati, 2020).

Kredit adalah kondisi penyerahan baik berupa uang, barang maupun jasa dari pihak pemberi kredit kepada pihak penerima kredit dengan kesepakatan bersama



untuk dapat diselesaikan dengan jangka waktu tertentu disertai adanya imbalan atas tambahan pokok tersebut (Andrianto, 2020).

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Sedangkan pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Amelia, dkk., 2019).

Berdasarkan pengertian kredit tersebut, dapat dijelaskan bahwa kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang. Dalam perjanjian kredit tercakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta bunga yang ditetapkan bersama. Demikian pula dengan sanksi jika nasabah ingkar janji terhadap perjanjian yang dibuat dengan bank.

#### **2.4.2. Tujuan Pemberian Kredit**

Pemberian suatu fasilitas kredit mempunyai tujuan tertentu. Tujuan pemberian kredit tersebut tidak akan lepas dari misi bank tersebut didirikan. Kredit memiliki beberapa tujuan yang berguna baik bagi kreditur (bank) dan debitur (nasabah), tujuan-tujuan kredit antara lain (Andrianto, 2020).

1. Mendapatkan keuntungan.

Bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah menjadi sektor keuntungan yang menjadi prioritas bagi bank untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Keuntungan dari bunga ini merupakan dana yang digunakan untuk kelangsungan atau operasinya kegiatan usaha bank. Jika bank mengalami kerugian secara terus menerus, maka tidak menutup kemungkinan kegiatan bank akan dilikuidasi atau ditutup.

2. Membantu usaha nasabah.

Kredit yang diberikan oleh kreditur kepada debitur, baik dalam bentuk dana investasi maupun modal kerja, sesungguhnya dapat membantu usaha nasabah (debitur) sehingga debitur (nasabah) dapat mengembangkan usahanya serta memperluas usahanya. Bank juga dapat mendorong usaha masyarakat dengan memberikan fasilitas kredit. Kredit yang dikucurkan dapat berupa kredit untuk dana investasi maupun untuk modal kerja.

3. Membantu Pemerintah

Kredit dari kreditur (bank) dapat membantu pemerintah dalam melaksanakan program pembangunan. Karena dengan adanya kredit dari bank, perkembangan

baik Usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) maupun sektor Usaha kredit menengah (UKM) dapat mengembangkan serta memperluas usahanya sehingga dari langkah ini akan tercipta perputaran arus barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup masyarakat luas.

### 2.4.3. Jaminan Perkreditan

Perusahaan dalam menjalankan apa pun tentu mengandung suatu tingkat kerugian. Resiko ini dapat saja terjadi akibat suatu musibah yang tidak dapat dielakkan seperti terkena bencana alam, namun resiko yang paling fatal adalah akibat nasabah yang mampu tetapi tidak mau membayar kewajibannya, dimana nasabah tidak sanggup lagi untuk membayar semua kewajibannya. Kalau tidak maka sudah dapat dipastikan kredit tersebut tidak terbayar lagi (Andrianto, 2020).

Ketidakmampuan nasabah dalam melunasi kreditnya, dapat ditutupi dengan suatu jaminan kredit. Fungsi jaminan kredit adalah untuk melindungi bank dari kerugian. Debitur dalam praktiknya yang dapat dijadikan jaminan kredit adalah jaminan dengan barang, jaminan surat berharga, jaminan orang atau perusahaan, jaminan asuransi (Putra & Saraswati, 2020).

Jaminan yang dimiliki calon debitur sangat penting bagi bank dan menjadi hal yang mempengaruhi layak tidaknya kredit. Ketika debitur sadar bahwa jaminan menjadi ketentuan dalam proses kredit, maka debitur dapat menilai apakah dirinya *bankable* atau belum. Sementara bagi debitur yang memiliki jaminan yang cukup berharga maka persentase kredit yang dapat dicairkan atas jaminan akan mempengaruhi pengambilan kredit (Efriyenty & Janrosi, 2017).

### 2.4.4. Proses Pemberian Kredit

Hampir seluruh lembaga keuangan mempunyai kebijakan apabila meminjam dana dengan jumlah yang besar harus memenuhi berbagai prosedur umum pemberian kredit. Berikut ini penjelasan dari masing – masing tahapan dalam prosedur umum pemberian kredit yang disertai dengan bagan arus (Andrianto, 2020).

#### 1. Permohonan Kredit

Pada dasarnya surat permohonan kredit adalah sebuah surat yang dibuat oleh pemohon untuk mengajukan permohonan pinjaman berupa uang kepada lembaga keuangan seperti bank guna untuk membiayai kegiatan usaha pemohon. Maka dari itu sudah sepatutnya dalam membuat surat permohonan kredit harus dengan benar dan formal. Sebelum pergi ke bank, sebaiknya Anda terlebih dahulu menyiapkan beberapa dokumen penting, antara lain:

- 1) data historis usaha.
- 2) perkembangan usaha (neraca dan rugi laba).
- 3) sumber dan penggunaan dana.
- 4) jenis, jumlah, dan penggunaan kredit.
- 5) penerimaan dan pengeluaran dalam bentuk arus kas (*cashflow*).

## 2. Penilaian atau Analisa Kredit

Penilaian atau analisis kredit adalah semacam studi kelayakan (*feasibility Study*) atas perusahaan pemohon kredit. Penilaian kredit adalah Suatu kegiatan pemeriksaan, penelitian, dan analisa terhadap kelengkapan, keabsahan, dan kelayakan berkas/ surat/ data permohonan kredit calon debitur hingga dikeluarkannya suatu keputusan apakah kredit tersebut diterima atau ditolak.

## 3. Risiko Kredit

Salah satu tujuan melakukan analisis kredit adalah memperkirakan berapa besar risiko kredit yang akan dihadapi, berdasarkan perkiraan kemampuan dan tendensi dari karakter debitur. Mengukur risiko kredit tidak terlepas dari persepsi, intuisi dan pertimbangan individu, dan karenanya tidak selalu dapat diukur secara matematis. Untuk memperkecil risiko kredit perlu dikelola dengan menggunakan pendekatan *bottom-up*, semenjak perolehan awal dari suatu transaksi baru. Untuk itu, merupakan hal yang sangat penting bagi para pemroses kredit atau para spesialis yang membidangi kredit memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam proses seleksi kredit *ex-ante* mereka juga perlu memiliki pengalaman dalam memonitoring perkembangan kualitas kredit *ex-post*, yaitu setelah kredit disetujui hingga dilunasi.

## 4. Masalah Jaminan atau Agunan

Berdasarkan UU Perbankan, sebelum memberikan kredit, bank harus melakukan penilaian yang saksama terhadap watak, kemampuan, modal, agunan, dan prospek usaha dari debitur. Jaminan utama bank adalah keyakinan bank bahwa kredit yang diberikan dapat dibayar kembali oleh calon debitur. Keyakinan ini diperoleh dari penilaian yang saksama tersebut. Agunan dapat berupa barang, proyek atau hak tagih yang dibiayai dengan kredit yang bersangkutan, dan bank tidak wajib meminta agunan berupa barang yang tidak berkaitan langsung dengan objek yang dibiayai, atau disebut sebagai agunan tambahan.

## 5. Keputusan Kredit

Substansi utama dari proses persetujuan kredit, yang melibatkan banyak pihak dalam struktur organisasi perkreditan suatu bank, adalah untuk meyakinkan bank sebagai suatu institusi bahwa kredit yang akan disetujuinya itu cukup layak untuk diberikan. Cukup layak artinya debitur diyakini akan mampu untuk membayar bunga serta cicilan pokoknya kembali, sehingga kredit tersebut dapat diperkirakan tidak akan mengalami kemacetan.

## 6. Penolakan Permohonan Kredit

Setelah permohonan kredit diajukan serta analisis kredit telah dilaksanakan oleh pegawai bank, dan setelah keputusan permohonan kredit dibuat maka selanjutnya adalah tahap keputusan kredit. Pada saat tahap keputusan kredit

dibuat, ada yang disetujui dalam permohonan kredit yang diajukan kepada bank namun ada juga yang permohonan kredit ditolak.

#### 7. Persetujuan Pemberian Kredit

Pada tahap ini keputusan kredit telah disetujui Bank.

### **2.5. Preferensi**

#### **2.5.1. Pengertian Preferensi**

Secara umum, preferensi diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Preferensi seseorang terhadap suatu barang atau jasa sangat beragam dimana sangat dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dan pemahaman penggunaannya, preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas (Setiadi, 2015).

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide (Kotler & Armstrong, 2016).

Schiffman dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang dan setuju atau tidak setuju terhadap obyek. Konsep perilaku konsumen, persepsi dari suatu obyek tersebut melalui perasaan dari penglihatan, pendengaran penciuman, sentuhan dan rasa. Akhirnya persepsi yang sudah mengendap dan melekat akan menjadi preferensi (Taan, 2017).

Konsep perilaku konsumen, persepsi dari suatu obyek tersebut melalui perasaan dari penglihatan, pendengaran penciuman, sentuhan dan rasa. Akhirnya persepsi yang sudah mengendap dan melekat akan menjadi preferensi.

#### **2.5.2. Pengetahuan Konsumen**

Konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk berbeda yang digunakan konsumen untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan pembelian. Tingkat pengetahuan dibentuk ketika seseorang mendapatkan konsep arti terpisah (proses penambahan) dan menggabungkannya menjadi kategori pengetahuan secara lebih abstrak dan pengkajian lebih besar (Peter & Olson, 2017).

Suatu produk barang maupun jasa yang pertama kalinya diluncurkan untuk dipasarkan dan dijual ke suatu area tertentu terlebih dahulu harus diperkenalkan kepada masyarakat. Konsumen perlu diperkenalkan adalah nama produk, manfaatnya, bagi siapa diperuntukkan dan lain sebagainya. (Anjarkasih, 2019).

Proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Pengetahuan yang cukup diperlukan untuk mempelajari kebutuhan, keinginan, persepsi, preferensi, gaya hidup, motivasi, dan perilaku berbelanja dan membeli (Taan, 2017).

Berdasarkan teori diatas suatu pengetahuan muncul dengan adanya suatu produk yang diperkenalkan, apabila suatu produk tidak diperkenalkan maka masyarakat pada umumnya dan calon konsumen khususnya tidak akan mengetahui tentang adanya produk tersebut. Inilah pentingnya fungsi promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan tentang nama produk, manfaat produk, dan dimana bisa diperoleh.

### **2.5.3. Minat**

Minat dari diri seseorang dapat dipengaruhi oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat di mana seseorang berada sedangkan ukuran emosional menampakkan bahwa ukuran intensitas seseorang dalam memberikan perhatian kepada suatu obyek atau kegiatan tertentu. Minat juga dapat digambarkan sebagai dorongan dari dalam individu seseorang dan memaksanya untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari suatu kebutuhan yang belum tentu terpenuhi, sebagai contoh seseorang merasa lapar dan membutuhkan makanan memiliki motivasi yang tinggi untuk memperoleh makan. Semakin sulit makanan tersebut diperoleh semakin kuat pula keinginan untuk mendapatkannya (Anjarkasih, 2019).

Winkel (2017) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut. Minat dapat diartikan pula sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Faktor-faktor yang mendasari minat yaitu :

1. Faktor dorongan dari dalam  
Faktor ini timbul dari dalam diri seseorang itu sendiri yang mempengaruhi minat yang timbul.
2. Faktor dorongan yang bersifat sosial  
Faktor ini timbul dari lingkungan dan bersifat mempengaruhi suatu minat yang timbul.
3. Faktor yang berhubungan dengan emosional  
Faktor ini berhubungan langsung dengan kejuwaan yang mempengaruhi minat yang timbul.

Minat merupakan sikap jiwa seseorang yang terarah pada suatu obyek tertentu kepada kognisi, konasi dan emosi dan di dalam ketiga hubungan tersebut unsur emosi yang paling kuat. Minat mengandung unsur-unsur yang terdiri dari

kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi yaitu minat didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang diinginkan (Nitisusastro, 2020).

Berdasarkan teori tersebut minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang sehingga menimbulkan rasa senang atau tertarik terhadap sesuatu sehingga mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

## **2.6. UMKM**

### **2.6.1. Pengertian UMKM**

Mukti (2015) dalam bukunya yang berjudul *UMKM dan globalisasi ekonomi* menjelaskan bahwa UMKM dibagi menjadi 3 jenis masing-masing dijelaskan pada berikut ini.

#### **1. Usaha mikro**

Adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

#### **2. Usaha kecil**

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria.

#### **3. Usaha menengah**

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

### **2.6.2. Kriteria UMKM**

Mukti (2015) dalam bukunya yang berjudul *UMKM dan globalisasi ekonomi* menjelaskan bahwa UMKM dibagi menjadi 3 jenis kriteria masing – masing, yang dijelaskan berikut ini.

#### **1) Kriteria Usaha Mikro**

Adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria usaha kecil

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria usaha menengah

Adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

### 2.6.3. Kendala UMKM

(Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015) Dalam bukunya yang berjudul profil bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengatakan besarnya peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia, tetapi bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus, masih banyak hambatan dan kendala, baik yang bersifat *internal* maupun *eksternal* yang harus dihadapi para pelaku UMKM. Berikut ini beberapa kendala hambatan yang sering muncul dalam UMKM menurut Bank Indonesia dan Lembaga pengembangan Perbankan :

A. *Internal* :

1) Modal

Penyebabnya, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

2) Sumber Daya Manusia

Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *quality control* terhadap produk. Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji. Karena pemilik UMKM masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya.

3) Hukum

Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

B. *Eksternal* :

1) Iklim usaha masih belum kondusif

Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/ usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM.

2) Infrastruktur

Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi. Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana.

3) Akses

Keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga seringkali UMKM mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah, belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi UMKM yang sudah mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibas dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.



## 2.7. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

### 2.7.1. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel		Dimensi	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen			
1	Suci Nasehati Sunaningsih, Diah Agustina P, Agustina Prativi N, 2019 Preferensi Sumber Pembiayaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Malang	Preferensi UMKM	Sumber Pembiayaan UMKM	Pinjaman, modal bersama, pembiayaan bank, pinjaman badan usaha sejenis yang memiliki izin, pinjaman informan lainnya	Penelitian ini menggunakan teknik <i>proportional cluster random sampling</i> .	<p>1. Sebanyak 95% UMKM di Kota Magelang sangat prefer terhadap pembiayaan yang berasal dari internal (modal sendiri) dan paling tidak prefer dengan pembiayaan yang berasal dari pinjaman informal lainnya.</p> <p>2. Tingginya preferensi UMKM terhadap sumber pembiayaan dari hutang bank, bantuan pemerintah, dan pinjaman dari koperasi/badan usaha sejenis berkorelasi positif terhadap pemilihan dan penggunaan sumber pembiayaan tersebut.</p>

2	Rizky Aulia Cahya Iswara, 2018, Identifikasi Preferensi Pelaku UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Permodalan	Preferensi Pelaku UMKM	Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Permodalan	Preferensi pelaku usaha yang meminjam modal dari Bank, Preferensi Meminjam Modal dari Koperasi.	Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Preferensi pelaku usaha dalam memilih lembaga keuangan, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi preferensi pelaku usaha dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber modal, antara lain informasi tentang lembaga keuangan, tingkat suku bunga yang diberikan oleh lembaga keuangan, jaminan yang ditetapkan oleh lembaga keuangan, pelayanan dan lama proses pencairan yang dilakukan oleh lembaga keuangan, lokasi lembaga keuangan, dan perasaan setelah mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan.
3	Dian Sari Dewanti, 2008, Preferensi UMKM Pada Pemilihan Bank Pemberi Kredit Ditinjau dari Prosedur Pemberian Kredit	Preferensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah	Pemilihan Bank Pemberi Kredit Ditinjau dari Prosedur Pemberian Kredit	Gambaran Umum UMKM, Prosedur Pemberian Kredit	Metode <i>one way anova</i> .	Tidak ada perbedaan preferensi pemilihan bank pemberi kredit ditinjau dari prosedurnya.

4	Kristian Pamungkas, 2016, Kajian Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Sumber Pendanaan Usaha	Preferensi Pelaku UMKM	Sumber Pendanaan Usaha	Modal, meminjam di bank, pendanaan BUMN, kendala modal	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.	Keadaan UMKM banyak mengalami kesulitan modal yang membuat perekonomian menjadi terhambat, Kehadiran bank – bank pemerintah atau bank BUMN sebagai lembaga perbankan yang meminjamkan dana berupa modal untuk usaha melalui KUR (Kredit Usaha Rakyat) pada kenyataannya menjadi sebuah strategi ketika pelaku UMKM menghadapi permasalahan seperti kekurangan modal, kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha kerajinan tas berbahan dasar kulit ini adalah ketika kurangnya pembayaran uang muka yang berdampak terhambatnya proses produksi.
5	Chandana Goswani, 2014, <i>Credit Preference of Micro and Small Enterprises of Assam (India)</i>	<i>Preference of Micro and Small</i>	<i>Credit Enterprises</i>	<i>Micro enterprises, small enterprises, credit enterprises, manufacturing enterprises, service enterprises.</i>	<i>The sampling technique was judgmental as only those enterprise which had borrowed from banks were considered for the study, and analysis done using SPSS.</i>	<i>It seems that the bank is not out to woo this customer segment. 88% are satisfied with the credit facilities offered. Most respondents (61%) stated that it took longer than the time specified.</i>

Berdasarkan hasil penelitian - penelitian terdahulu dapat diketahui hasil Penelitian sebelumnya mengenai preferensi pelaku UMKM oleh, Sunaningsih, et.,al, (2019), Iswara, (2018), Dewanti, (2008), Pamungkas, (2016), Goswani, (2014). Membuktikan bahwa preferensi pelaku UMKM dalam kredit bank, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi preferensi pelaku usaha dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber modal, antara lain informasi tentang lembaga keuangan, tingkat suku bunga yang diberikan oleh lembaga keuangan, jaminan yang ditetapkan oleh lembaga keuangan, pelayanan dan lama proses pencairan yang dilakukan oleh lembaga keuangan, lokasi lembaga keuangan, dan perasaan setelah mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan.

### **2.7.2. Kerangka Pemikiran**

Peranan perbankan penting bagi kegiatan ekonomi di suatu negara karena semakin dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakatnya. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan misalnya melakukan transfer uang, menitipkan uang, berinvestasi, melakukan pembayaran dan transaksi lainnya (Muna, 2019).

Bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan yang merupakan kegiatan pengalihan dana dari penabung, atau kreditur kepada peminjam, atau debitur. Bank dalam pemberian kredit ini terkandung kesepakatan pelunasan utang dan bunga akan diselesaikan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati bersama. Praktek persetujuan pinjaman kredit dinyatakan dalam bentuk perjanjian tertulis baik di bawah tangan atau secara notariat, dan sebagai pengamanan bahwa pihak peminjam akan memenuhi kewajibannya akan menyerahkan suatu jaminan baik yang bersifat kebendaan maupun bukan kebendaan.

Kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang. Perjanjian kredit mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta bunga yang ditetapkan bersama. Demikian pula dengan sanksi jika nasabah ingkar janji terhadap perjanjian yang dibuat dengan bank.

Preferensi seseorang terhadap suatu barang atau jasa sangat beragam dimana sangat dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dan pemahaman penggunaanya, preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas (Setiadi, 2015).

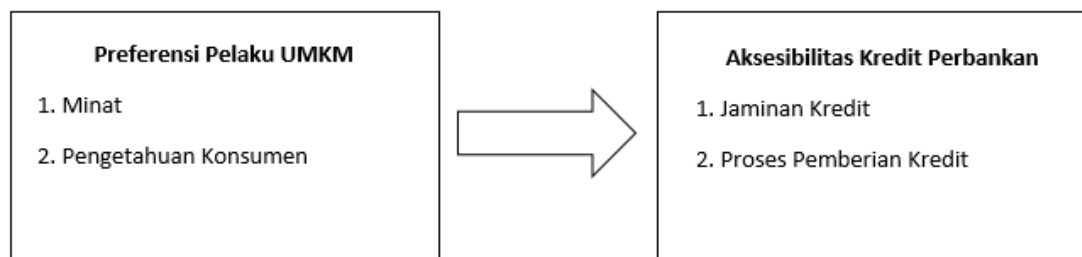
Minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang sehingga menimbulkan rasa senang atau tertarik terhadap sesuatu sehingga mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

Masalah UMKM adalah mendapatkan modal untuk memulai usaha dan akses masuk ke lembaga keuangan (baik bank maupun non bank). Tanpa memiliki modal yang memadai, sulit bagi mereka untuk merintis usaha ini, baik untuk biaya sehari-

hari seperti bahan baku, peralatan harian yang membantu dalam bekerja (usaha), biaya tenaga kerja, biaya transportasi dan biaya lainnya. Kemudahan akses modal akan mendorong kemampuan inovasi dari pelaku bisnis sehingga bisa menciptakan peluang-peluang bisnis yang baru.

Kendala UMKM terhadap kredit perbankan ini bisa ditinjau dari sisi permintaan dan penawaran. Berdasarkan dari sisi permintaan, UMKM memiliki karakteristik yang cukup unik dimana pada umumnya UMKM tidak memiliki laporan keuangan yang transparan yang menyebabkan pemberi kredit memiliki kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai kondisi keuangan dan usaha dari UMKM (Sujarwo, 2015).

Di bawah ini penulis mencoba untuk menuangkan hasil kerangka berpikir ke dalam sebuah konstelasi sebagai berikut :



**Gambar 2. 2 Konstelasi Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif dengan data kuantitatif. Teknis analisis data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dengan analisis deskriptif eksploratif, untuk menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dan bagaimana preferensi pelaku UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan adalah dengan metode analisis jaring laba-laba.

#### 3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang menjadi variabel penelitian adalah pelaku UMKM terhadap aksesibilitas kredit perbankan di kota Bogor.

Unit analisis yang digunakan adalah *individual* yaitu dalam suatu kelompok/ organisasi yang terdapat pada lokasi penelitian yaitu UMKM di kota Bogor.

Lokasi penelitian akan dilaksanakan pada UMKM kota Bogor di 6 kecamatan yaitu Bogor Utara, Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Barat, Bogor Tengah, dan Tanah Sareal.

#### 3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam riset mencakup data primer dan data sekunder. Definisi data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber. Sumber data penelitian yaitu:

1. Data primer

Data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu/ orang dalam perusahaan/ instansi/ organisasi, kelompok individu atau dari perusahaan/ instansi/ organisasi yang diteliti.

2. Data sekunder

Data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti : media masa, perusahaan penyedia data, bursa efek, data yang digunakan peneliti dalam penelitian sebelumnya, data yang disediakan pada *statistic software*, dan sebagainya.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Preferensi Pelaku UMKM	Minat	Ketertarikan terhadap kredit Bank untuk usaha	Ordinal
		Meningkatkan minat Konsumen untuk kredit perbankan	Ordinal
		Seseorang berminat untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan	Ordinal
	Pengetahuan Konsumen	Pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit	Ordinal
		Telah mendapatkan pengetahuan untuk melakukan kredit perbankan	Ordinal
		Telah mengetahui cara melakukan kredit perbankan	Ordinal
Aksesibilitas Kredit Perbankan	Jaminan Kredit	Mendapatkan kemudahan dalam jaminan kredit	Ordinal
		Sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya pemberian kredit	Ordinal
		Kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci	Ordinal
	Proses Pemberian Kredit	Prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus	Ordinal
		Dalam prosesnya pinjaman kredit mudah dilakukan	Ordinal
		Tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit	Ordinal

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Kota Bogor adalah salah satu kota di Indonesia yang menjadikan UMKM sebagai salah satu bidang prioritas unggulan. Data UMKM Kota Bogor menunjukkan bahwa jumlah populasi UMKM di kota Bogor mencapai 30.823 pada tahun 2020. Besarnya populasi tersebut mengindikasikan pentingnya peran sektor UMKM bagi perekonomian daerah.

**Tabel 3. 2 Data UMKM Kota Bogor 2020**

No	Kecamatan	Total
1	Bogor Utara	18.205
2	Bogor Selatan	2.900
3	Bogor Timur	1.341
4	Bogor Barat	4.599
5	Bogor Tengah	2.393
6	Tanah Sareal	1.385
	Total	30.823

Sumber : Data Sekunder Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2020

Sampel ini menggunakan sampel data UMKM Kota Bogor yang diperoleh dari Pemerintah Kota Bogor Dinas Koperasi dan UMKM, 2020 penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *stratified random sampling*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{30.823}{1 + (30.823)(0.1)^2} = 99.67$$

Maka berdasarkan rumus diatas jumlah sampel adalah 99.67 dan dapat disimpulkan menjadi 100 UMKM di kota Bogor. Jumlah tersebut dipecah menjadi 6 kecamatan di kota Bogor, dengan menentukan jumlah sampel di tiap kecamatan menggunakan rumus Slovin.

Berdasarkan data UMKM di kota Bogor pada tabel 3.2 di atas. Sehingga jumlah sampel untuk tiap kecamatan sebagai berikut :

**Tabel 3. 3 Jumlah sampel setiap kecamatan**

No	Kecamatan	Total
1	Bogor Utara	$18.205 : 30.823 \times 100 = 59$
2	Bogor Selatan	$2.900 : 30.823 \times 100 = 9$
3	Bogor Timur	$1.341 : 30.823 \times 100 = 4$
4	Bogor Barat	$4.599 : 30.823 \times 100 = 15$
5	Bogor Tengah	$2.393 : 30.823 \times 100 = 8$
6	Tanah Sareal	$1.385 : 30.823 \times 100 = 5$
	Total	100

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara :

Mengajukan beberapa pertanyaan langsung kepada pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan menengah kota Bogor tentang preferensi pemilihan bank pemberi kredit.



## 2. Kuisisioner :

Membuat dan memberikan daftar pertanyaan tentang preferensi pemilihan pinjaman kredit kepada pengusaha mikro, kecil, dan menengah di kota Bogor serta memberikan nilai tersebut.

## 3. Sekunder :

Melakukan observasi data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti Dinas Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, Kementrian Negara Koperasi dan UMKM, dan Kementrian Keuangan.

### 3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian.

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji valid atau tidak kuesioner yang disampaikan pada responden. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah ada pertanyaan pada suatu kuesioner yang harus diganti atau dibuang. Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk. Adapun rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

n : Jumlah respon

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi (r-hitung)

$\sum x$  : Skor variabel X

$\sum y$  : Skor varibale Y

$\sum xy$  : Hasil perkalian variabel X dan Y

Kaidah keputusan : Jika r hitung > r tabel berarti valid, dan sebaliknya  
Jika r hitung < r tabel berarti tidak valid.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap instrumen layak untuk dipakai dalam penelitian, untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknis analisis formula *alpha cronbach's*. rumus *alpha* digunakan untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R : Koefisien *reliability instrument (cronbachalfa)*

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : Total varians butir

$\sigma_t^2$  : Total varians

Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap suatu pernyataan secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *alpha cronbach's* > 0,7.

### 3.8. Metode Pengolahan/ Analisis Data

Metode pengolahan/ analisis data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dengan analisis deskriptif dan untuk menentukan dan menganalisis preferensi terhadap pilihan akses kredit dengan metode analisis jaring laba-laba di mana semua alat analisis tersebut tidak bisa dipisahkan dalam penelitian ini karena keduanya saling berhubungan satu sama lain.

Setelah kuisioner dibuat maka selanjutnya akan dilakukan uji validitas dan realibilitas terlebih dahulu dan setelah itu maka akan disebar kepada 100 UMKM di kota Bogor. Setelah data selesai dikumpulkan, maka akan dilanjutkan dengan penghitungan dapat mengetahui hasil kesimpulan.

#### 1. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena. bertujuan memperdalam pengetahuan dan mencari ide-ide baru mengenai suatu gejala tertentu, menggambarkan fenomena sosial, dan menjelaskan bagaimana terjadinya suatu fenomena sosial untuk merumuskan masalah secara lebih terperinci.

**Tabel 3. 4 Skala Likert**

<b>Rentang</b>	<b>Kategori</b>
19 - 33,25	Buruk
33,26 – 47,51	Cukup Baik
47,52 – 61,77	Baik
61,78 – 76,03	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono, 2017

## 2. Analisis Jaring Laba-Laba

Analisis jaring laba-laba merupakan sebuah metode analisis kuantitatif sederhana yang digunakan untuk memetakan perbandingan berbagai variabel atau parameter tabel dalam bentuk jaring laba-laba. Pemetaan dilakukan dengan menggunakan variabel pengukuran/ parameter dengan skala ordinal.

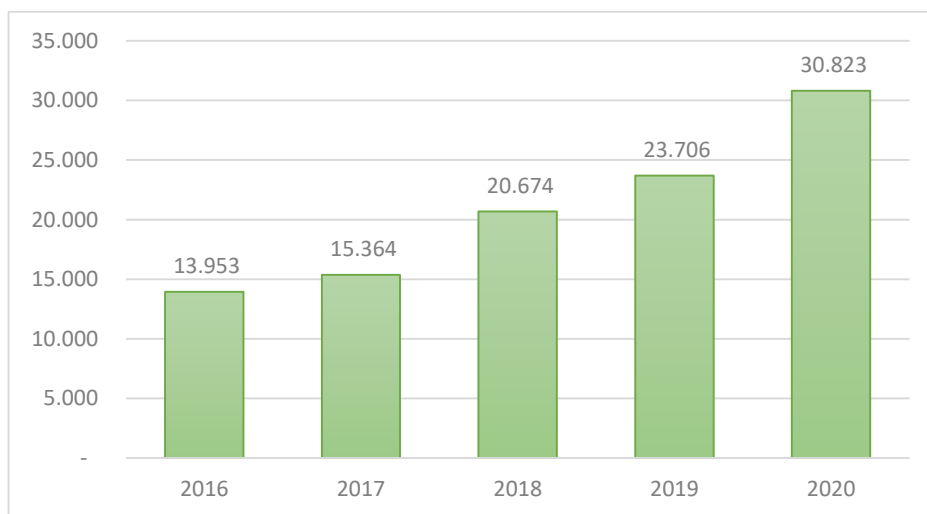
Data diolah secara statistik dan hasilnya harus ditampilkan dalam bentuk yang mudah dimengerti yaitu dilaporkan dalam bentuk grafik jaring laba-laba (*spider web*) dengan nilai nol pada titik pusat untuk setiap atribut. Titik objek penelitian ini berdasarkan pada 6 kecamatan di kota Bogor, selanjutnya maka akan dapat dilihat berdasarkan 4 dimensi yang sudah dijelaskan pada operasional variabel yaitu minat, pengetahuan konsumen, jaminan kredit, dan proses pemberian kredit yang ada dipenelitian tersebut mana yang paling tinggi atau terendah didalam 6 kecamatan tersebut.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Gambaran Umum UMKM Kota Bogor

Kota Bogor adalah salah satu kota di Indonesia yang menjadikan UMKM sebagai salah satu bidang prioritas unggulan. Data UMKM Kota Bogor menunjukkan bahwa jumlah UMKM di kota Bogor mencapai 30.823 pada tahun 2020. Besarnya populasi tersebut mengindikasikan pentingnya peran sektor UMKM bagi perekonomian daerah.

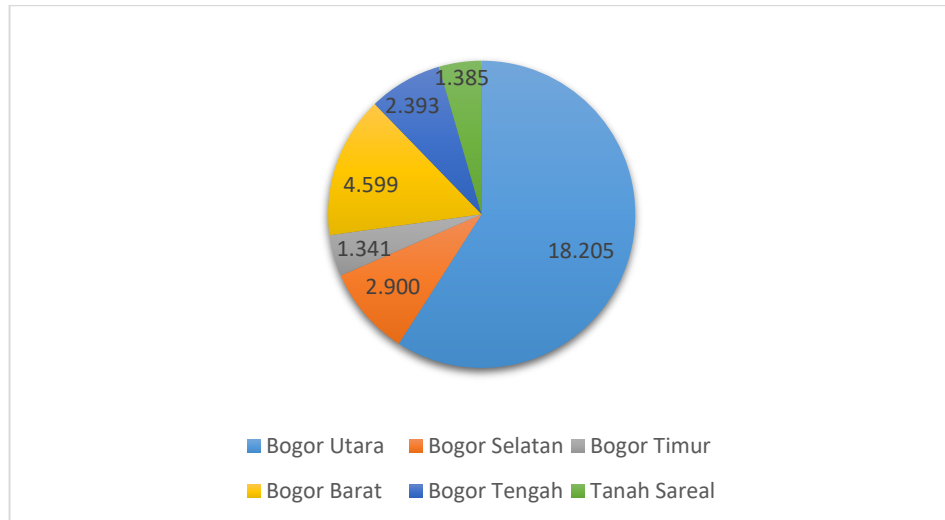


**Gambar 4. 1 Jumlah UMKM Tahun 2016-2020 di Kota Bogor**

Sumber : Data Sekunder Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2021

Jumlah UMKM di Kota Bogor dari tahun 2016 – 2020 terus bertambah setiap tahunnya, UMKM di kota Bogor pada tahun 2020 mencapai 30.823 lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya. Data tersebut menandakan bahwa UMKM di kota Bogor terus berkembang.

#### 4.1.1. Jumlah UMKM Kota Bogor Per-Kecamatan



**Gambar 4. 2 UMKM Kota Bogor**

Sumber : Data Sekunder Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2021

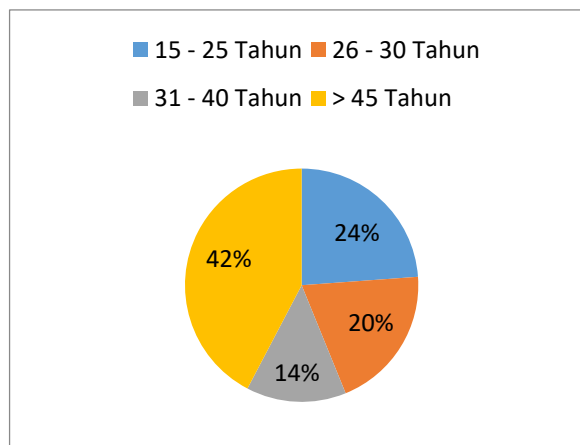
Jumlah UMKM kota Bogor pada tahun 2020 berdasarkan 6 kecamatan yaitu Bogor Utara, Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Barat, Bogor Tengah, dan Tanah Sareal memiliki jumlah yang berbeda-beda hal tersebut dikarenakan besarnya luas geografi setiap kecamatan yang berbeda yang mempengaruhi jumlah UMKM, dan juga masih banyaknya UMKM yang masih belum mendaftarkan pada Dinas Koperasi dan UMKM

#### 4.1.2. Jenis-Jenis UMKM Kota Bogor

1. Jasa *online*/ transportasi merupakan jasa transportasi berbasis internet yang dapat diakses melalui aplikasi dalam smartphone, hal ini dikarenakan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat.
2. Warung sembako dan kebutuhan rumah tangga merupakan usaha yang menjual berbagai keperluan rumah tangga, makanan ringan.
3. Industri/ konveksi merupakan jenis usaha dalam pembuatan pakaian atau kebutuhan sandang secara massal. Pada usaha konveksi ini untuk pengerjaannya membutuhkan pekerja yang banyak serta dibutuhkan mesin- mesin yang besar untuk dapat mengerjakannya.
4. Transaksi/ elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.
5. Hasil pertanian, perikanan, dan tanaman merupakan jenis usaha yang menjual hasil panen dalam bentuk besar yang akan dijual ke pasar sebagai konsumsi konsumen.
6. Makanan, minuman dan kuliner merupakan jenis usaha yang menjual dan membuat produk yang dapat konsumsi lalu menjualnya.

7. *Fashion* merupakan salah satu bisnis yang dapat memberikan keuntungan besar. Saat ini ada banyak sekali bisnis *fashion* yang mengandalkan konsumen perempuan sebagai target pasar, sebut saja bisnis kosmetik, bisnis hijab hingga bisnis *fashion*. Walaupun beberapa tetap menjual untuk kebutuhan konsumen pria.
8. Kerajinan merupakan usaha yang dimulai dari hobi atau kreativitas. Merubah suatu barang yang awalnya tidak memiliki nilai jual menjadi barang yang memiliki nilai jual yang tinggi.

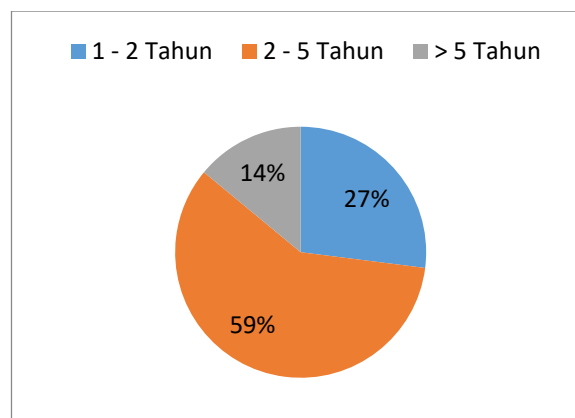
#### 4.1.3 Karakteristik Responden



**Gambar 4. 3 Umur Responden**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

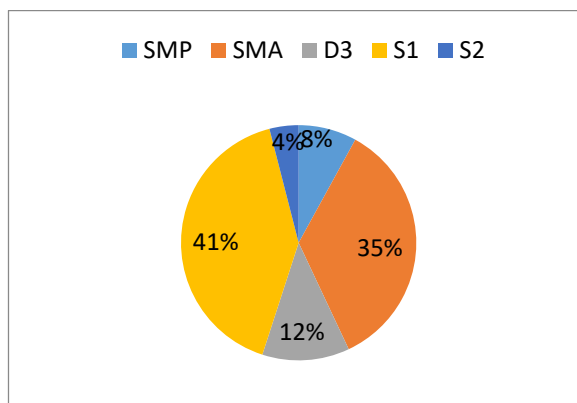
Karakteristik responden yang peneliti dapatkan dalam melakukan wawancara dan menyebar kuesioner, yang pertama umur 15-25 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun, dan lebih dari 45 tahun. Berdasarkan data yang diolah dari hasil kuesioner, maka responden yang paling banyak adalah responden yang berumur >45 tahun, dan yang paling sedikit berasal dari responden dengan umur 15-25 tahun.



**Gambar 4. 4 Lama Usaha**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Karakteristik yang selanjutnya adalah berdasarkan lama responden mendirikan usaha yang digolongkan mulai kurang dari lebih dari satu tahun sampai dua tahun, lebih dari dua tahun sampai 5 tahun, dan lima tahun lebih. Berdasarkan data yang diolah dari hasil kuesioner, responden yang paling lama usahanya adalah responden yang memiliki lama usaha 2 - 5 tahun.



**Gambar 4. 5 Pendidikan Responden**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Karakteristik yang selanjutnya adalah berdasarkan pendidikan responden berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa banyak responden yang mendapat pendidikan sampai S1 (Strata 1) adalah yang paling banyak dibandingkan dengan pendidikan yang lainnya sementara S2 (Strata 2) adalah yang paling sedikit.

#### 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X**

No Butir	R. Hitung	R. Tabel	Satuan
1	0,591	0,361	Valid
2	0,644	0,361	Valid
3	0,664	0,361	Valid
4	0,880	0,361	Valid
5	0,693	0,361	Valid
6	0,841	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan peneliti berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 30 responden terhadap pernyataan yang telah dilakukan dan dapat dilihat bahwa hasil tersebut valid karena R. Hitung lebih besar dari R. Tabel.

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

No Butir	R. Hitung	R. Tabel	Satuan
1	0,905	0,361	Valid
2	0,889	0,361	Valid
3	0,836	0,361	Valid
4	0,775	0,361	Valid
5	0,847	0,361	Valid
6	0,726	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan peneliti berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden terhadap pernyataan yang telah dilakukan dan dapat dilihat bahwa hasil tersebut valid karena R. Hitung lebih besar dari R. Tabel.

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Item</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Preferensi Pelaku UMKM	0,808	0,7	Reliabel
Aksesibilitas Kredit Perbankan	0,909	0,7	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Hasil dari pengujian reliabilitas yang dilakukan peneliti berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden terhadap pernyataan yang telah dilakukan dan dapat dilihat bahwa hasil tersebut reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7.

### 4.3. Analisis dan Pembahasan

#### 4.3.1. Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Kredit Perbankan

##### A. Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Minat juga dapat digambarkan sebagai dorongan dari dalam individu seseorang dan memaksanya untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari suatu kebutuhan yang belum tentu terpenuhi



**Tabel 4. 4 Minat Indikator Ketertarikan Terhadap Kredit Bank Untuk Usaha**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	111	59	111	1,88
Bogor Selatan	23	9	23	2,56
Bogor Timur	8	4	8	2,00
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	22	8	22	2,75
Tanah Sareal	12	5	12	2,40
Total	218	100	218	14,39
Total Tanggapan Responden	27,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketertarikan terhadap kredit Bank untuk usaha di Kota Bogor yaitu sebesar 27,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.

**Tabel 4. 5 Minat Indikator Meningkatkan Minat Konsumen Untuk Kredit Perbankan**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	119	59	119	2,02
Bogor Selatan	23	9	23	2,56
Bogor Timur	9	4	9	2,25
Bogor Barat	43	15	43	2,87
Bogor Tengah	22	8	22	2,75
Tanah Sareal	11	5	11	2,20
Total	227	100	227	14,64
Total Tanggapan Responden	29,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

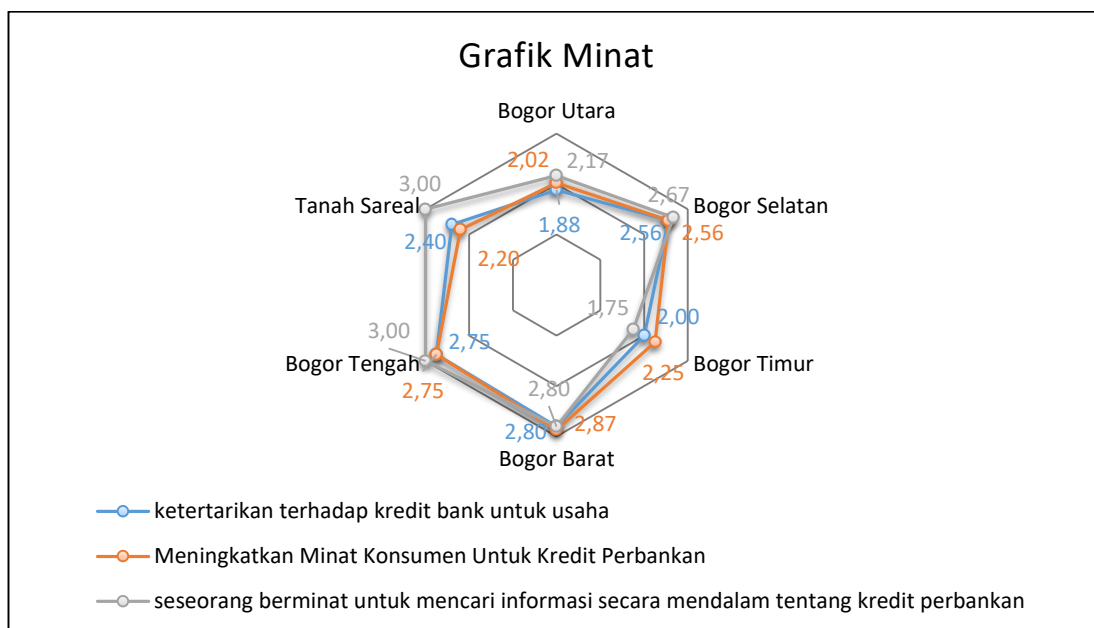
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap meningkatkan minat Konsumen untuk kredit perbankan yaitu sebesar 29,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.

**Tabel 4. 6 Minat Indikator Seseorang Berminat Untuk Mencari Informasi Secara Mendalam Tentang Kredit Perbankan**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	128	59	128	2,17
Bogor Selatan	24	9	24	2,67
Bogor Timur	7	4	7	1,75
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	24	8	24	3,00
Tanah Sareal	15	5	15	3,00
Total	240	100	240	15,39
Total Tanggapan Responden	32%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap seseorang berminat untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan di Kota Bogor yaitu sebesar 32%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.



**Gambar 4. 6 Grafik Dimensi Minat**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik minat di atas untuk indikator ketertarikan terhadap kredit bank untuk usaha, Bogor Barat memiliki *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Tengah memiliki *mean score* (2,75), berikutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (2,56), selanjutnya Tanah Sareal dengan *mean score* (2,40), dan terakhir Bogor Utara dengan *mean score* (1,88).

Berdasarkan dalam indikator meningkatkan minat konsumen untuk kredit perbankan Bogor Barat memiliki *mean score* (2,87), selanjutnya Bogor Tengah dengan *mean score* (2,75), berikutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (2,56), selanjutnya Bogor Timur dengan *mean score* (2,25), selanjutnya Tanah Sareal dengan *mean score* (2,20), terakhir Bogor Utara dengan *mean score* (2,02).

Berdasarkan dalam indikator seseorang berminat untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan Bogor Tengah dan Tanah Sareal sama-sama memiliki *mean score* sebesar (3,00), selanjutnya Bogor Barat dengan *mean score* (2,80), berikutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (2,67), selanjutnya Bogor Utara dengan *mean score* (2,17), terakhir Bogor Timur dengan *mean score* (1,75).

### B. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan dalam kredit. Tingkat pengetahuan dibentuk ketika seseorang mendapatkan konsep arti terpisah (proses penambahan) dan menggabungkannya menjadi kategori pengetahuan secara lebih abstrak dan pengkajian lebih besar.

**Tabel 4. 7 Pengetahuan Konsumen Indikator Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Cukup Mendukung Keputusan Dalam Kredit**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	132	59	132	2,24
Bogor Selatan	22	8	22	2,75
Bogor Timur	8	4	8	2,00
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	23	8	23	2,88
Tanah Sareal	16	5	16	3,20
Total	243	99	243	15,86
Total Tanggapan Responden	33%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit di Kota Bogor yaitu sebesar 33%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.

**Tabel 4. 8 Pengetahuan Konsumen Indikator Telah Mendapatkan Pengetahuan Untuk Melakukan Kredit Perbankan**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	131	59	131	2,22
Bogor Selatan	25	9	25	2,78
Bogor Timur	7	4	7	1,75
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	22	8	22	2,75
Tanah Sareal	17	5	17	3,40
Total	244	100	244	15,70
Total Tanggapan Responden	32,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

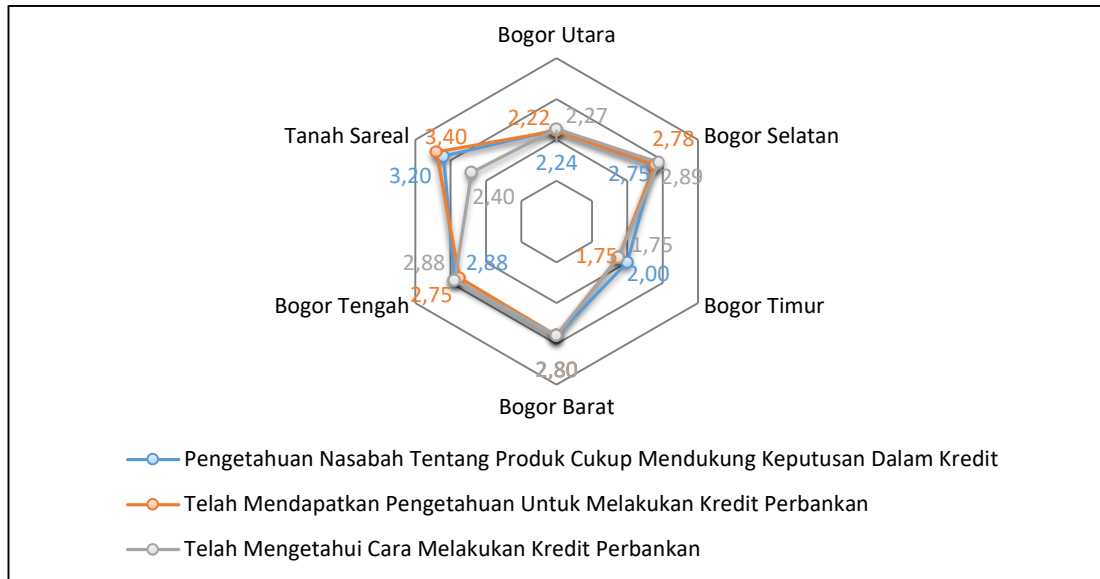
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan nasabah telah mendapatkan pengetahuan untuk melakukan kredit perbankan di Kota Bogor yaitu sebesar 32,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.

**Tabel 4. 9 Pengetahuan Konsumen Indikator Telah Mengetahui Cara Melakukan Kredit Perbankan**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	134	59	134	2,27
Bogor Selatan	26	9	26	2,89
Bogor Timur	7	4	7	1,75
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	23	8	23	2,88
Tanah Sareal	12	5	12	2,40
Total	244	100	244	14,99
Total Tanggapan Responden	33,5%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan nasabah telah mendapatkan pengetahuan untuk melakukan kredit perbankan di Kota Bogor yaitu sebesar 33,5%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori buruk.



**Gambar 4. 7 Grafik Dimensi Pengetahuan Konsumen**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik di atas dapat dijelaskan dalam indikator pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit Tanah Sareal memiliki *mean score* (3,20), selanjutnya Bogor Tengah dengan *mean score* (2,88), berikutnya Bogor Barat dengan *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (2,75), berikutnya Bogor Utara dengan *mean score* (2,24), terakhir Bogor Timur dengan *mean score* (2,00).

Berikutnya dalam indikator 2 telah mendapatkan pengetahuan tentang kredit perbankan Tanah Sareal memiliki *mean score* (3,40), selanjutnya Bogor Barat dengan *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (2,78), selanjutnya Bogor Tengah dengan *mean score* (2,75), selanjutnya Bogor Utara dengan *mean score* (2,22), terakhir Bogor Timur dengan *mean score* (1,75).

Berikutnya dalam indikator telah mengetahui cara melakukan kredit perbankan Bogor Selatan memiliki *mean score* (2,89), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,88), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,80), selanjutnya Tanah Sareal memiliki *mean score* (2,40), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,27), terakhir Bogor Timur memiliki *mean score* (1,75).

### C. Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Kredit Perbankan

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide.

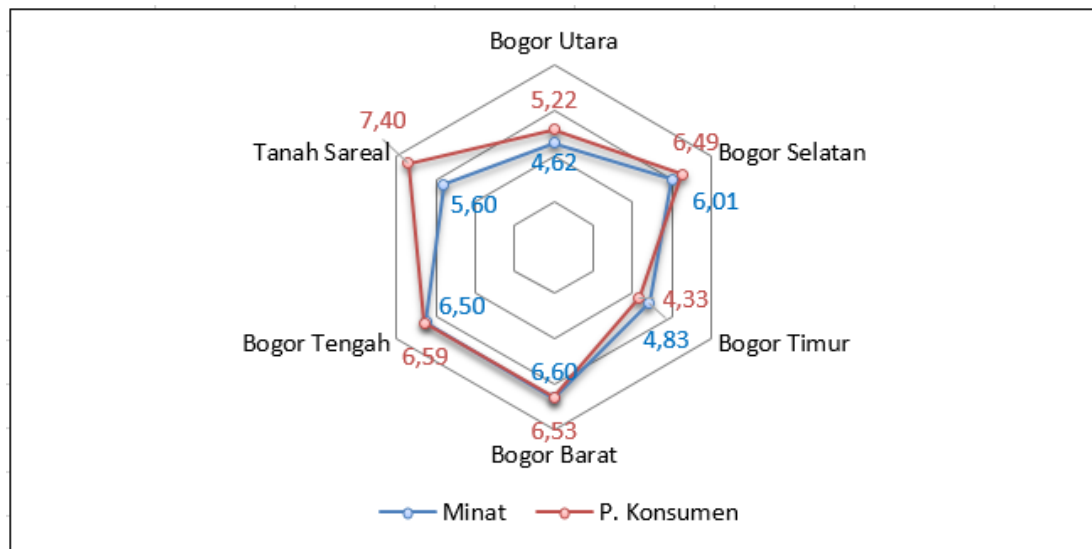
**Tabel 4. 10 Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Kredit Perbankan**

No	Dimensi	Bogor Utara	Bogor Selatan	Bogor Timur	Bogor Barat	Bogor Tengah	Tanah Sareal
1	Minat	4,62	6,01	4,83	6,60	6,50	5,60
2	P. Konsumen	5,22	6,49	4,33	6,53	6,59	7,40
Total		9,84	12,50	9,17	13,14	13,09	13,00
Rating		5	4	6	1	2	3

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan 2 dimensi terkait variabel preferensi pelaku UMKM yang ditanyakan kepada responden di 6 kecamatan di kota Bogor dapat disimpulkan secara dominan bahwa dari variabel preferensi pelaku UMKM kecamatan Bogor Barat adalah memberikan respon yang paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

Preferensi pelaku UMKM secara dominan dalam dimensi minat kecamatan Bogor Barat dengan *mean score* (6,60) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi pengetahuan konsumen Tanah Sareal dengan *mean score* (7,40) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.



**Gambar 4. 8 Grafik Variabel Preferensi Pelaku UMKM**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik di atas minat pelaku UMKM terhadap kredit perbankan di Bogor Barat memiliki *mean score* (6,60) yang berarti kecamatan dengan minat tertinggi terhadap kredit perbankan, selanjutnya terdapat Bogor Tengah dengan *mean score* (6,50), selanjutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (6,01), selanjutnya terdapat Tanah Sareal dengan *mean score* (5,60), selanjutnya Bogor Timur dengan *mean score* (4,83), dan terakhir Bogor Utara dengan *mean score* (4,62).

Selanjutnya berdasarkan grafik di atas pengetahuan konsumen pelaku UMKM terhadap kredit perbankan di Tanah Sareal memiliki *mean score* (7,40) yang berarti kecamatan dengan *score* tertinggi, selanjutnya terdapat Bogor Tengah dengan *mean score* yang sama-sama mendapatkan (6,59), selanjutnya terdapat Bogor Barat dengan *mean score* (6,53), selanjutnya Bogor Selatan dengan *mean score* (6,49), selanjutnya Bogor Utara dengan *mean score* (5,22), dan terakhir Bogor Timur dengan *mean score* (4,33).

Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa secara dominan dalam indikator minat kecamatan Bogor Barat dengan *mean score* (6,60) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi pengetahuan konsumen Tanah Sareal dengan *mean score* (7,40) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

**Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden**

Variabel	Dimensi	Tanggapan Responden %	Rata-rata %
Preferensi Pelaku UMKM	Minat		
	Ketertarikan terhadap kredit Bank untuk usaha	27,75	29,83
	Meningkatkan minat Konsumen untuk kredit perbankan	29,75	
	Seseorang berminat untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan	32	
	Pengetahuan Konsumen		
	Pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit	33	33,08
	Telah mendapatkan pengetahuan untuk melakukan kredit perbankan	32,75	
	Telah mengetahui cara melakukan kredit perbankan	33,5	

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan data dari 100 responden maka dapat dijelaskan bahwa untuk dimensi minat memiliki kategori buruk, sementara untuk dimensi pengetahuan konsumen dikategorikan buruk,

Dapat disimpulkan bahwa dari variabel preferensi pelaku UMKM, dari dimensi minat dan pengetahuan konsumen masih dalam kategori yang buruk dikarenakan nilai rata-rata berada pada kategori yang buruk maka perlu dilakukan peningkatan yang lebih baik lagi agar dapat membantu meningkatkan minat dan pengetahuan konsumen terhadap preferensi pelaku UMKM terhadap kredit bank tersebut.

### 4.3.2. Aksesibilitas Kredit Perbankan

#### A. Jaminan Kredit

Jaminan yang dimiliki calon debitur sangat penting bagi bank dan menjadi hal yang mempengaruhi layak tidaknya kredit. Ketika debitur sadar bahwa jaminan menjadi ketentuan dalam proses kredit, maka debitur dapat menilai apakah dirinya *bankable* atau belum.

**Tabel 4. 12 Jaminan Kredit Indikator Mendapatkan Kemudahan Dalam Jaminan Kredit**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	140	59	140	2,37
Bogor Selatan	28	9	28	3,11
Bogor Timur	8	4	8	2,00
Bogor Barat	40	15	40	2,67
Bogor Tengah	25	8	25	3,13
Tanah Sareal	14	5	14	2,80
Total	255	100	255	16,08
Total Tanggapan Responden	35%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan nasabah telah mendapatkan kemudahan dalam jaminan kredit di Kota Bogor yaitu sebesar 35%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.

**Tabel 4. 13 Jaminan Kredit Indikator Sifat Jaminan Sangat Menentukan Disetujuinya Pemberian Kredit**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	141	59	141	2,39
Bogor Selatan	27	9	27	3,00
Bogor Timur	11	4	11	2,75
Bogor Barat	42	15	42	2,80
Bogor Tengah	23	8	23	2,88
Tanah Sareal	16	5	16	3,20
Total	260	100	260	17,01
Total Tanggapan Responden	35,25%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan nasabah sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya



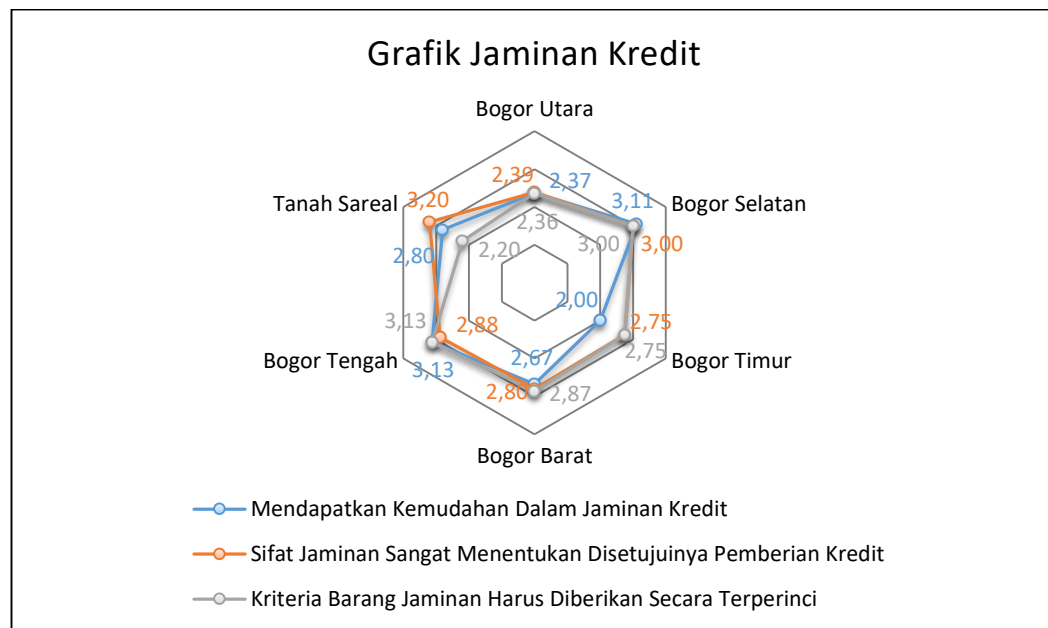
pemberian kredit di Kota Bogor yaitu sebesar 35,25%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.

**Tabel 4. 14 Jaminan Kredit Indikator Kriteria Barang Jaminan Harus Diberikan Secara Terperinci**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	139	59	139	2,36
Bogor Selatan	27	9	27	3,00
Bogor Timur	11	4	11	2,75
Bogor Barat	43	15	43	2,87
Bogor Tengah	25	8	25	3,13
Tanah Sareal	11	5	11	2,20
Total	256	100	256	16,30
Total Tanggapan Responden	34,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci di Kota Bogor yaitu sebesar 34,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.



**Gambar 4. 9 Grafik Dimensi Jaminan Kredit**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik di atas indikator telah mendapatkan kemudahan dalam jaminan kredit perbankan Bogor Tengah memiliki *mean score* (3,13), selanjutnya Bogor Selatan memiliki *mean score* (3,11), selanjutnya Tanah Sareal memiliki *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,67), selanjutnya Bogor

Utara memiliki *mean score* (2,37), selanjutnya Bogor Timur memiliki *mean score* (2,00).

Berdasarkan indikator sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya kredit perbankan Tanah Sareal memiliki *mean score* (3,20), selanjutnya Bogor Selatan memiliki *mean score* (3,00), selanjutnya Bogor Tengah memiliki *mean score* (2,88), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Timur memiliki *mean score* (2,75), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,39).

Berdasarkan indikator kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci Bogor Tengah memiliki *mean score* (3,13), selanjutnya Bogor Selatan memiliki *mean score* (3,00), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,87), selanjutnya Bogor Timur memiliki *mean score* (2,75), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,36), selanjutnya Tanah Sareal memiliki *mean score* (2,20).

## B. Proses Pemberian Kredit

Lembaga keuangan mempunyai kebijakan apabila meminjam dana dengan jumlah yang besar harus memenuhi berbagai prosedur umum pemberian kredit. Di bawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai proses pemberian kredit.

**Tabel 4. 15 Proses Pemberian Kredit Indikator Prospek Usaha Nasabah Harus Menggambarkan Prospek Yang Bagus**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	137	59	137	2,32
Bogor Selatan	27	9	27	3,00
Bogor Timur	10	4	10	2,50
Bogor Barat	43	15	43	2,87
Bogor Tengah	23	8	23	2,88
Tanah Sareal	15	5	15	3,00
Total	255	100	255	16,56
Total Tanggapan Responden	34,25%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus di Kota Bogor yaitu sebesar 34,25%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.

**Tabel 4. 16 Proses Pemberian Kredit Indikator Dalam Prosesnya Pinjaman Kredit Mudah Dilakukan**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	147	59	147	2,49
Bogor Selatan	27	9	27	3,00
Bogor Timur	10	4	10	2,50
Bogor Barat	10	4	10	2,50
Bogor Tengah	23	8	23	2,88
Tanah Sareal	14	5	14	2,80
Total	231	89	231	16,17
Total Tanggapan Responden	36,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

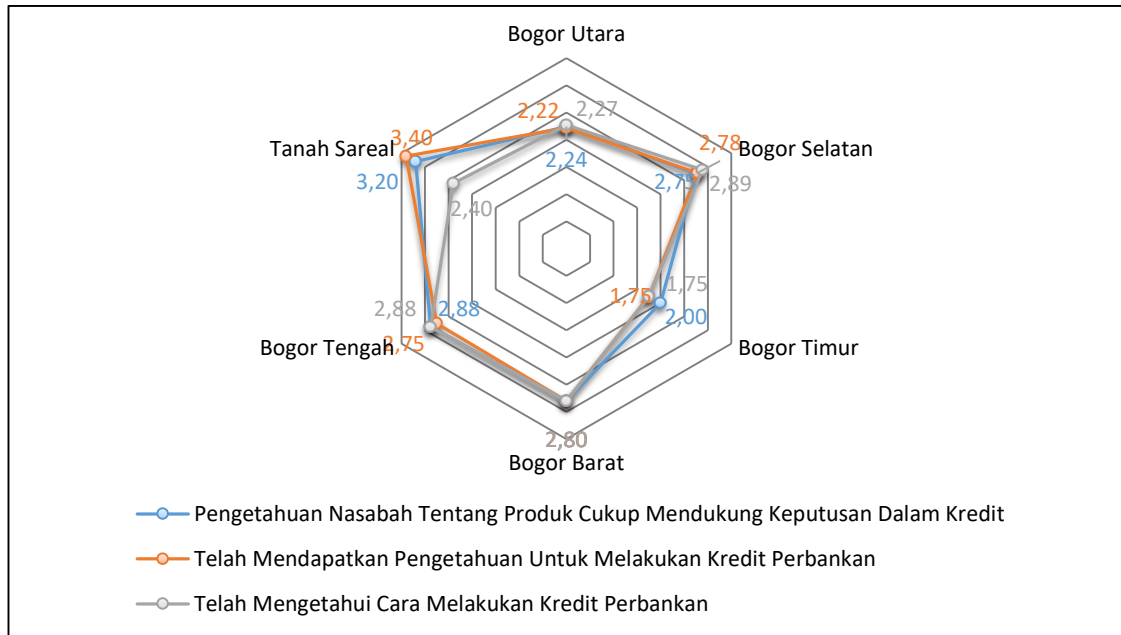
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit di Kota Bogor yaitu sebesar 36,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.

**Tabel 4. 17 Proses Pemberian Kredit Indikator Tersedia Informasi Untuk Nasabah Pada Saat Melakukan Kredit**

Kecamatan	Skor	Jumlah Responden	Presentase %	Mean Score
Bogor Utara	143	59	143	2,42
Bogor Selatan	27	9	27	3,00
Bogor Timur	10	4	10	2,50
Bogor Barat	45	15	45	3,00
Bogor Tengah	24	8	24	3,00
Tanah Sareal	13	5	13	2,60
Total	262	100	262	16,52
Total Tanggapan Responden	35,75%			

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus di Kota Bogor yaitu sebesar 35,75%, berdasarkan tabel skala likert maka dapat dikatakan kategori cukup baik.



**Gambar 4. 10 Grafik Dimensi Proses Pemberian Kredit**

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik di atas indikator 1 (prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus) Tanah Sareal dan Bogor Selatan sama-sama memiliki *mean score* (3,00), selanjutnya Bogor Tengah memiliki *mean score* (2,88), selanjutnya Bogor Barat memiliki *mean score* (2,87), selanjutnya Bogor Timur memiliki *mean score* (2,50), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,32).

Berdasarkan indikator 2 (dalam prosesnya pinjaman kredit mudah dilakukan) Bogor Selatan memiliki *mean score* (3,00), selanjutnya Bogor Tengah memiliki *mean score* (2,88), selanjutnya Tanah Sareal memiliki *mean score* (2,80), selanjutnya Bogor Timur dan Bogor Barat sama-sama memiliki *mean score* (2,50), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,49).

Berdasarkan indikator 3 (tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit) Bogor Selatan, Bogor Barat, dan Bogor Tengah sama-sama memiliki *mean score* (3,00), selanjutnya Tanah Sareal memiliki *mean score* (2,60), selanjutnya Bogor Timur memiliki *mean score* (2,50), selanjutnya Bogor Utara memiliki *mean score* (2,42).

### C. Aksesibilitas Kredit Perbankan

Akses kredit merupakan kemampuan seseorang untuk mendapatkan kredit dari pihak Bank dalam jumlah tertentu, jangka waktu tertentu dan dengan tingkat suku bunga tertentu.

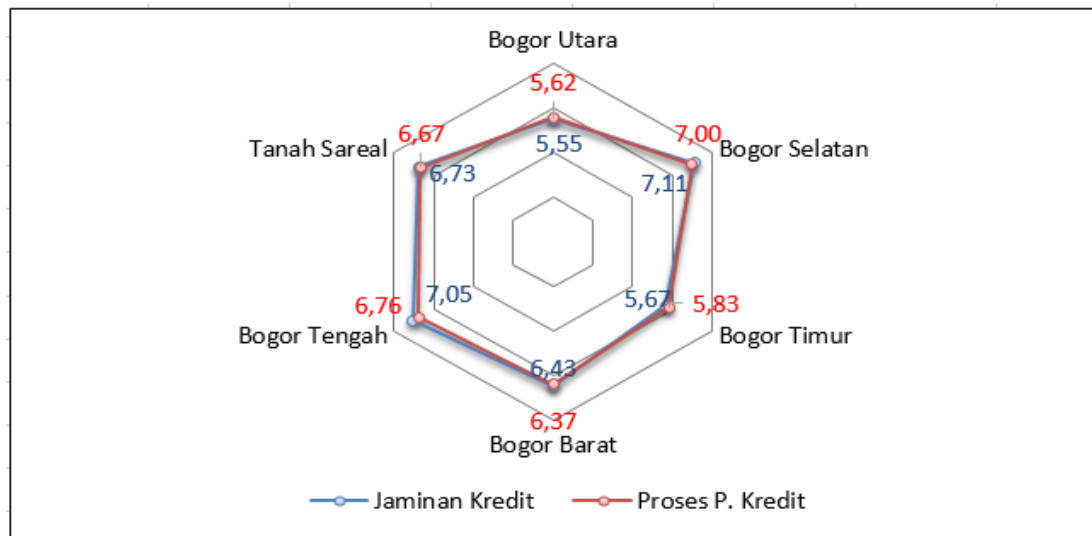
Tabel 4. 18 Aksesibilitas Kredit Perbankan

No	Indikator	Bogor Utara	Bogor Selatan	Bogor Timur	Bogor Barat	Bogor Tengah	Tanah Sareal
1	Jaminan Kredit	5,55	7,11	5,67	6,43	7,05	6,73
2	Proses P. Kredit	5,62	7,00	5,83	6,37	6,76	6,67
Total		35,84	43,12	35,83	40,07	41,99	42,40
Rating		5	1	6	4	3	2

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan 2 dimensi terkait aksesibilitas kredit perbankan yang ditanyakan kepada responden di 6 kecamatan di kota Bogor dapat disimpulkan secara dominan bahwa dari variabel aksesibilitas kredit perbankan kecamatan Bogor selatan adalah yang paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

Berdasarkan dimensi jaminan kredit kecamatan Bogor Selatan dengan *mean score* (7,11) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi proses pemberian kredit Bogor Selatan dengan *mean score* (7,00) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.



Gambar 4. 11 Grafik Variabel Aksesibilitas Kredit Perbankan

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan grafik di atas jaminan kredit di 6 kecamatan kota Bogor. Bogor Selatan memiliki *mean score* (7,11) yang berarti kecamatan dengan *score* tertinggi, selanjutnya terdapat Bogor Tengah dengan *mean score* (7,05), selanjutnya terdapat Tanah Sareal dengan *mean score* (6,73), selanjutnya Bogor Barat dengan *mean score* (6,43), selanjutnya Bogor Timur dengan *mean score* (5,67), dan terakhir Bogor Utara dengan *mean score* (5,55).

Berdasarkan grafik di atas proses pemberian kredit di Bogor Selatan memiliki *mean score* (7,00) yang berarti kecamatan tertinggi, selanjutnya terdapat Bogor Tengah dengan *mean score* (6,76), selanjutnya terdapat Tanah Sareal dengan *mean score* (6,67), selanjutnya Bogor Barat dengan *mean score* (6,37), selanjutnya Bogor Timur dengan *mean score* (5,83), dan terakhir Bogor Utara dengan *mean score* (5,62).

Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa secara dominan dalam dimensi jaminan kredit kecamatan Bogor Selatan dengan *mean score* (7,11) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi proses pemberian kredit Bogor Selatan dengan *mean score* (7,00) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

**Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden**

Variabel	Dimensi	Tanggapan Responden %	Rata-rata %	
Aksesibilitas Kredit Perbankan	Jaminan Kredit			35,00
	Mendapatkan kemudahan dalam jaminan kredit	35		
	Sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya pemberian kredit	35,25		
	Kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci	34,75		
	Proses Pemberian Kredit			35,58
	Prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus	34,25		
	Dalam prosesnya pinjaman kredit mudah dilakukan	36,75		
	Tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit	35,75		
Rata-rata		33,38		

Sumber : Data Primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan data dari 100 responden maka dapat dijelaskan bahwa untuk dimensi jaminan kredit dikategorikan cukup baik begitu juga untuk dimensi proses pemberian kredit dapat dikatakan cukup baik.

Dapat disimpulkan bahwa dari variabel aksesibilitas kredit perbankan, dari dimensi jaminan kredit dan proses pemberian kredit berada dalam kategori cukup baik yang berarti bahwa dari sisi aksesibilitas kredit perbankan sudah memberikan kemudahan untuk UMKM dalam melakukan kredit tersebut maka perlu dipertahankan dan juga meningkatkan lagi agar UMKM jadi lebih tertarik dalam melakukan kredit perbankan.

### **4.3.3. Upaya Mengembangkan UMKM Terhadap Kredit Perbankan**

Upaya dalam mengembangkan UMKM terhadap kredit perbankan untuk usaha adalah :

1. Minat adalah meningkatkan minat konsumen untuk kredit perbankan, meningkatkan minat seseorang untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan agar pelaku UMKM dapat lebih tertarik terhadap kredit perbankan.
2. Pengetahuan konsumen adalah meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit, mempermudah UMKM mendapatkan pengetahuan tentang kredit perbankan, mempermudah UMKM untuk mengetahui cara melakukan kredit perbankan.
3. Jaminan kredit adalah memberikan kemudahan dalam jaminan kredit perbankan, sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya kredit perbankan dipermudah dan diperjelas, kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci.
4. Proses pemberian kredit adalah prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus, dalam prosesnya pinjaman kredit mudah dilakukan, tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit.

Berdasarkan hasil penelitian - penelitian terdahulu dapat diketahui hasil Penelitian sebelumnya mengenai preferensi pelaku UMKM oleh, Sunaningsih, et.,al, (2019), Iswara, (2018), Dewanti, (2008), Pamungkas, (2016), Goswani, (2014). Membuktikan bahwa preferensi pelaku UMKM dalam kredit bank, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi preferensi pelaku usaha dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber modal, antara lain informasi tentang lembaga keuangan, tingkat suku bunga yang diberikan oleh lembaga keuangan, jaminan yang ditetapkan oleh lembaga keuangan, pelayanan dan lama proses pencairan yang dilakukan oleh lembaga keuangan, lokasi lembaga keuangan, dan perasaan setelah mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasannya sebelumnya, dapat disimpulkan hasil analisis kualitatif menggunakan jaring laba-laba untuk variabel preferensi pelaku UMKM, dan aksesibilitas kredit perbankan dengan indikator minat, pengetahuan konsumen, jaminan kredit, dan proses pemberian kredit di 6 kecamatan Kota Bogor.

1. Preferensi pelaku UMKM secara dominan dalam dimensi minat kecamatan Bogor Barat dengan *mean score* (6,60) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi pengetahuan konsumen Tanah Sareal dengan *mean score* (7,40) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Berdasarkan data deskriptif eksploratif variabel preferensi pelaku UMKM, dari dimensi minat dan pengetahuan konsumen masih dalam kategori yang buruk dikarenakan nilai rata-rata berada pada kategori yang buruk maka perlu dilakukan peningkatan yang lebih baik lagi agar dapat membantu meningkatkan minat dan pengetahuan konsumen terhadap preferensi pelaku UMKM terhadap kredit bank tersebut.
2. Aksesibilitas kredit perbankan dalam dimensi jaminan kredit kecamatan Bogor Selatan dengan *mean score* (7,11) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Selanjutnya dalam dimensi proses pemberian kredit Bogor Selatan dengan *mean score* (7,00) memiliki respon paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Hasil data deskriptif eksploratif dari dimensi jaminan kredit dan proses pemberian kredit berada dalam kategori cukup baik yang berarti bahwa dari sisi aksesibilitas kredit perbankan sudah memberikan kemudahan untuk UMKM dalam melakukan kredit tersebut maka perlu dipertahankan dan juga meningkatkan lagi agar UMKM jadi lebih tertarik dalam melakukan kredit perbankan.
3. Upaya dalam mengembangkan UMKM terhadap kredit perbankan untuk usaha adalah, meningkatkan minat konsumen untuk kredit perbankan, meningkatkan minat seseorang untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan agar pelaku UMKM dapat lebih tertarik terhadap kredit perbankan. Berdasarkan pengetahuan konsumen adalah meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk cukup mendukung keputusan dalam kredit, mempermudah UMKM mendapatkan pengetahuan tentang kredit perbankan, mempermudah UMKM untuk mengetahui cara melakukan kredit perbankan. Berdasarkan jaminan kredit adalah memberikan kemudahan dalam jaminan kredit perbankan, sifat jaminan sangat menentukan disetujuinya kredit perbankan dipermudah dan diperjelas, kriteria barang



jaminan harus diberikan secara terperinci. Berdasarkan proses pemberian kredit adalah prospek usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus, dalam prosesnya pinjaman kredit mudah dilakukan, tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan beberapa simpulan tersebut, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran Untuk Perbankan diperlukan adanya peningkatan dalam memberikan pengetahuan tentang kredit perbankan, meningkatkan minat UMKM terhadap kredit perbankan.
2. Saran selanjutnya diharapkan hasil penelitian dapat menjadi masukan pada perbankan terutama dalam akses kredit perbankan para UMKM, dan menambah wawasan sebagai bacaan ilmiah.
3. Saran untuk peneliti yang akan datang diharapkan penelitian ini lebih dikembangkan lagi agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. A. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding Pada UMKM di Kota Surakarta.
- Amelia, R., Lestari, I., & Nasib. (2019). Dalam *Keuangan dan Perbankan* (hal. 32). Medan: CV. Sadari.
- Andrianto, SE, M.Ak. (2020). *Manajemen Kredit Teori dan Konsep Bagi Bank Umum*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Anggraini ZR, Ratna, Yohan, & Gurendrawati, E. (2015). Firm Size, Ownership Concentration and Business Sector. *The Influence to Credit access SMEs in Indonesia. International ournal of Finance and Accounting. Volume 4 No. 5*, 231-235.
- Anjarkasih, N. (2019). Persepsi dan Pengetahuan Pelaku UMKM terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah.
- Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. (2015). Dalam Mukti, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (hal. 18). Jakarta: Bank Indonesia.
- Darmanto, & Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Darwin. (2018). UMKM Dalam Perspektif Pembiayaan Inklusif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26 (1), 59-75.
- Dewanti, D. S. (2008). Preferensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah Pada Pemilihan Bank Pemberian Kredit Ditinjau Dari Prosedur Pemberian Kredit.
- Diana, R. (2019). Analisis Akseibilitas Permodalan Usaha Mikro Kecil Pada Lembaga Keuangan Formal di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 27, No. 1*, 68.
- Farida, U. (2020). *Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal*.
- Goswani, C. (2014). Credit Preference of Micro and Small Enterprises of Assam (India).
- Iswara, R. A. (2018). Identifikasi Preferensi Pelaku UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Permodalan.
- Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2021, January 10). *Pembiayaan depkop*. Diambil kembali dari Kementrian Koperasi dan UKM Deputi Bidang Pembiayaan: <http://pembiayaan.depkop.go.id/index.php/public/penerima/index/25>

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020, November 27). *Bunga Kredit UMKM*. Diambil kembali dari [www.kemenkeu.go.id:https://www.kemenkeu.go.id/media/15455/pen\\_subsidibunga-kredit-umkm.pdf](http://www.kemenkeu.go.id:https://www.kemenkeu.go.id/media/15455/pen_subsidibunga-kredit-umkm.pdf)
- Kompas.com. (2020, Maret 2). Diambil kembali dari ITB Sebut Tiga Masalah Utama yang Dihadapi UMKM Indonesia: <https://bandung.kompas.com/read/2020/03/02/06091961/itb-sebut-tiga-masalah-utama-yang-dihadapi-umkm-indonesia?page=all>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Dalam *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 Edisi kedua belas* (hal. 5-6). Jl. H. Baping Raya No. 100 Ciracas, Jakarta 13740: Penerbit Erlangga.
- Mukti, F. (2015). Dalam *UMKM dan Globalisasi Ekonomi* (hal. 93). Yogyakarta: LP3M UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA.
- Nitisusastro, D. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Pamungkas, K. (t.thn.). *Kajian Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Sumber Pendanaan Usaha*.
- Pemerintah Kota Bogor Dinas Koperasi dan UMKM. (2020). Diambil kembali dari Pemerintah Kota Bogor Dinas Koperasi dan UMKM: <http://kumkm.kotabogor.go.id/new/index.php#>
- Peter, J., & Olson, J. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pinky, R. A. (2018). TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PEMENUHAN HAK AKSESIBILITAS DAN PELAYANAN PUBLIK BAGI KAUM DISABILITAS BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 8 TAHUN 2016 DI BATAM. *UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM*.
- Propiona, J. K. (2021). Implementasi Aksesibilitas Fasilitas Publik Bagi Penyandang Disabilitas.
- Putra, A., & Saraswati, D. (2020). Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Putri, B. R. (2017). Dalam *MANAJEMEN PEMASARAN* (hal. 10-11). Denpasar: Universitas Udayana.
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Meida Group.
- Sri Wahyuni, D. A. (2016). Strategi Pemasaran Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon.
- Sugiyono. (2017). Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (hal. 4-5). Bandung: Alfabeta, CV.

- Sujarwo. (2015). Akses UMKM Pada Kredit Bank. 2.
- Sunaningsih, S. N., Agustina P, D., & Prativi N, A. (2019). Preferensi Sumber Pembiayaan Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Magelang. 540.
- Syaifuddin, D. T. (2019). Dalam *Manajemen Perbankan* (hal. 1-6). Kendari: Unhalu Press, Kendari.
- Taan, H. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Winkel. (2017). *Psikologi pendidikan dan evaluasi belajar*. Jakarta: Gramedia.
- Yang, M., & Gabrielson, P. (2017). Entrepreneurial marketing of international high-tech business-to-business new ventures: A decision-making process perspective.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pandu Adam Atriansyah  
Alamat : Bogor, Bukit Cimanggu City blok W1 No 12A Rt 07  
Rw 09  
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 17 Oktober 1999  
Agama : Islam  
Pendidikan :  
• SD : SDN Julang Bogor  
• SMP : SMP it ABN Bogor  
• SMA : SMA PGRI 3 Bogor  
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan Bogor

**LAMPIRAN**  
**KUESIONER PENELITIAN**  
Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Aksesibilitas Kredit Perbankan  
di Kota Bogor

---

Kepada Yth,  
Bapak/ Ibu

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi, bersama ini saya :

Nama : Pandu Adam Atriansyah  
NPM : 021117233  
Mahasiswa : Universitas Pakuan

Sedang melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Pelaku UMKM Terhadap Aksesibilitas Kredit Perbankan di Kota Bogor”.

Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/ Ibu dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini, Dan saya harap informasi Bpk/ Ibu berikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kerjasama dan partisipasi yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

---

**A. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Usia :
  - a. 15-25 tahun
  - b. 26-30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. > 40 tahun
3. Lama Usaha :
  - a. 1-2 tahun
  - b. 2-5 tahun
  - c. > 5 tahun
4. Pendidikan :
  - d. SMP
  - e. SMA
  - f. D3
  - g. S1
  - h. S2

**B. Jawablah pertanyaan berikut dengan menggunakan tanda (√) pada opsi jawaban yang tersedia.**

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Sangat Setuju (SS)

1. Minat

Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Anda tertarik dengan kredit Bank untuk usaha				
Apakah Bank sudah meningkatkan minat anda untuk melakukan kredit				
Anda berminat untuk mencari informasi secara mendalam tentang kredit perbankan				

2. Pengetahuan Konsumen

Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Informasi tentang kredit perbankan mudah didapatkan bagi para pelaku UMKM				
Apakah anda telah mendapatkan pengetahuan untuk melakukan kredit perbankan				
Apakah anda telah mengetahui cara mendapatkan kredit perbankan				

3. Jaminan Kredit

Pertanyaan	STS	TS	S	SS
UMKM mendapatkan kemudahan dalam jaminan kredit				
Sifat jaminan sangat menentukan di setujuinya pemberian kredit				
Kriteria barang jaminan harus diberikan secara terperinci				

## 4. Proses Pemberian Kredit

Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Usaha nasabah harus menggambarkan prospek yang bagus untuk mempermudah pinjaman kredit				
UMKM dalam proses pinjaman kredit mudah dilakukan				
Tersedia informasi untuk nasabah pada saat melakukan kredit				



### Hasil Kuesioner

Kecamatan	Preferensi Pelaku UMKM						Aksesibilitas Kredit Perbankan					
	Minat			Pengetahuan Konsumen			Jaminan Kredit			Proses Pemberian Kredit		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Bgr Utara	3	2	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3
Bgr Utara	2	2	2	1	1	1	2	3	2	1	1	3
Bgr Utara	1	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3
Bgr Utara	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
Bgr Utara	4	2	4	4	2	4	3	4	4	1	4	4
Bgr Utara	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
Bgr Utara	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1
Bgr Utara	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	2
Bgr Utara	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
Bgr Utara	3	1	1	2	1	2	3	2	2	3	4	3
Bgr Utara	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3
Bgr Utara	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
Bgr Utara	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2
Bgr Utara	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bgr Utara	1	4	1	2	2	3	4	3	2	4	3	3
Bgr Utara	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Bgr Utara	1	1	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2
Bgr Utara	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2
Bgr Utara	1	1	3	2	3	2	1	1	2	2	2	2
Bgr Utara	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1
Bgr Utara	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	3	2
Bgr Utara	2	3	1	2	3	3	3	4	4	4	4	4
Bgr Utara	1	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	1
Bgr Utara	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bgr Utara	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Bgr Utara	1	1	2	2	2	3	2	3	2	1	1	3
Bgr Utara	4	4	1	2	3	2	3	3	3	3	1	3
Bgr Utara	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Utara	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bgr Utara	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Utara	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bgr Utara	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bgr Utara	1	3	4	2	1	1	1	1	2	1	3	3
Bgr Utara	1	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
Bgr Utara	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
Bgr Utara	1	1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	3
Bgr Utara	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
Bgr Utara	1	1	3	1	1	2	2	4	2	2	3	2



Bgr Barat	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Barat	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Barat	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Barat	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Barat	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Barat	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bgr Tengah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Bgr Tengah	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3
Bgr Tengah	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
Tanah Sareal	3	3	4	2	4	1	2	3	2	4	3	3
Tanah Sareal	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3
Tanah Sareal	2	2	3	3	4	3	3	3	1	2	2	2
Tanah Sareal	2	1	3	4	3	3	2	4	2	3	3	2
Tanah Sareal	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3