

**HIBAH PENELITIAN
TIM PASCA SARJANA**

**MANFAAT YANG DICARI NASABAH UMKM
DALAM LAYANAN KREDIT MODAL KERJA
DI BANK UMUM SURABAYA**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana**



OLEH :

**DODIT FERDIANTO
NIM : 2012611038**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

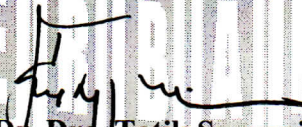
**MANFAAT YANG DICARI NASABAH UMKM
DALAM LAYANAN KREDIT MODAL KERJA
DI BANK UMUM SURABAYA**

Diajukan oleh :

DODIT FERDIANTO
2012611038

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 26 Februari 2016


Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M
NIDN. 0725046601

TESIS

MANFAAT YANG DICARI NASABAH UMKM DALAM LAYANAN KREDIT MODAL KERJA DI BANK UMUM SURABAYA

Disusun oleh:

DODIT FERDIANTO
NIM : 20126011038

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
Pada tanggal 26-01-2016

Tim penguji

Ketua : Dr. Basuki Rachmat, SE, M.M.
Sekretaris : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.
Anggota : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., M.H.
Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

.....
.....
.....
.....

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Dodit Ferdianto
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 18-02-1978
N.I.M : 2012611038
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan.
Judul : Manfaat Yang Dicari Nasabah UMKM Dalam
Layanan Kredit Modal Kerja Di Bank Umum
Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing
Tanggal : 25 April 2016


Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M
NIDN. 0725046601

Direktur Program Pascasarjana
Tanggal : 25 April 2016


Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M
NIDN. 0725046601

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Tuhan YME,

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan sebagai tugas akhir yang berjudul “Manfaat Yang Dicari Nasabah UMKM Dalam Layanan Kredit Modal Kerja Dan Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Kredit di Bank Umum Wilayah Surabaya”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, terima kasih diucapkan kepada:

1. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Prof. Dr. Dra Tatik Suryani, Psi.M.M selaku Direktur Program Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya dan Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan serta seluruh staf perpustakaan dan karyawan di STIE Perbanas Surabaya.
4. Seluruh Tim Hibah Kolaborasi yang telah membantu pengumpulan data.
5. Sahabat satu kelas Angkatan XII, Albana, Ifa , Yohan, Diana, Rifqi, Mayandra, Sebastian, Taufik, Harry, Ibu Yuniar, Mbak Ella, Resti dan Dyas, yang senantiasa membantu dan memberikan dorongan.
6. Bapak, Ibu, Istriku tercinta Agung Kurnia Ekaputri yang senantiasa memberikan doa dan semangat, Kedua anakku tersayang Clarissa Putri Gracia,

dan Kezia Zizi Aretha yang senantiasa inspirasi dan semangat tanpa henti bagi Penulis untuk menyelesaikan tesis ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karenanya penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari semua pihak. Harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian di bidang manajemen.

Surabaya, Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR TIM PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori.....	32
2.2.1. <i>Relationship Marketing</i>	32
2.2.2. Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	34
2.2.3. Manajemen Perkreditan	36
2.2.3.1. Sasaran dan Tujuan Perkreditan.....	37
2.2.3.2. Prinsip Perkreditan	39
2.2.4. Strategi Pemasaran.....	42
2.2.4.1. Strategi Segmentasi	42
2.2.4.2. Strategi <i>Targeting</i>	43
2.2.4.3. Strategi <i>Positioning</i>	45
2.2.4.4. Bauran Pemasaran.....	46

2.3.	Kerangka Pemikiran.....	51
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		53
3.1.	Rancangan Penelitian.....	53
3.2.	Batasan Penelitian.....	54
3.3.	Identifikasi Variabel.....	54
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.6.	Instrumen Penelitian.....	57
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	58
3.8.	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	59
3.8.1.	Data	59
3.8.2.	Metode Pengumpulan Data.....	60
3.9.	Teknik Analisis Data.....	60
3.9.1.	Analisis Deskriptif	60
3.9.2.	Analisis Faktor	61
3.9.3.	Analisis Diskriminan.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1.	Gambaran Subyek Penelitian.....	66
4.1.1.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	66
4.1.2.	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.1.3.	Demografi Responden Berdasarkan Usia	69
4.1.4.	Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	71
4.1.5.	Demografi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki	73
4.1.6.	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	74
4.1.7.	Demografi Responden Berdasarkan Omset	75
4.1.8.	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Bank Pemberi Kredit	76
4.1.9.	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kredit	77

4.1.10. Demografi Responden Berdasarkan Lama Layanan.....	78
4.1.11. Demografi Responden Berdasarkan Besaran Plafon Kredit	80
4.1.12. Demografi Responden Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan.....	81
4.1.13. Demografi Responden Berdasarkan Alasan Mendapatkan layanan.....	82
4.2. Hasil Penelitian	84
4.2.1. Analisis Deskriptif	84
4.2.2. Analisis Faktor	88
4.2.2.1. Analisis Faktor Pembentuk Manfaat yang Diharapkan Usaha Mikro Terhadap Bank	90
4.2.2.2. Analisis Faktor Pembentuk Manfaat yang Diharapkan Usaha Kecil Terhadap Bank	94
4.2.2.3. Analisis Faktor Pembentuk Manfaat yang Diharapkan Usaha Menengah Terhadap Bank	98
4.2.2.4. Analisis Diskriminan.....	100
4.3. Pembahasan.....	103
4.3.1. Pembahasan Analisis Faktor Manfaat yang Diharapkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Untuk Mendapatkan Layanan Kredit.....	103
4.3.2. Pembahasan Analisis Diskriminan Manfaat yang Diharapkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Untuk Mendapatkan Layanan Kredit.....	107
BAB V PENUTUP.....	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	111
5.3. Saran.....	111
DAFTAR RUJUKAN	114
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Perkembangan UMKM Tahun 2011 - 2012	2
Tabel 2.1. Pengukuran Kualitas Layanan.....	13
Tabel 2.2. Pengukuran Kepuasan Nasabah	13
Tabel 2.3. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian yang Akan Dilakukan.....	28
Tabel 3.1. Plafon dan Kelompok Kredit.....	55
Tabel 3.2. Kisi-kisi Pengembangan Instrumen Manfaat yang dicari Nasabah	57
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	68
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden di Tiga Bank	69
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	70
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Usia Nasabah di Tiga Bank	70
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Responden.....	71
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Responden di Tiga Bank	72
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki Responden.....	73
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Usaha	75
Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Omset Responden	75
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Bank Pemberi Kredit Responden.....	76
Tabel 4.13. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kredit Responden	78
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Layanan Responden.....	79
Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Plafon Kredit Responden.....	80
Tabel 4.16. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan	

Responden	81
Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Alasan Responden	
Mendapatkan Layanan Kredit di Bank.....	83
Tabel 4.18. Interval Kelas Penilaian	84
Tabel 4.19. Analisis Deskripsi Terhadap Manfaat yang Diharapkan	
Nasabah UMKM	85
Tabel 4.20. Hasil Uji Bartlett's	89
Tabel 4.21. Hasil Pengukuran <i>Keiser Meyer Olkin</i> (KMO)	89
Tabel 4.22. Hasil Analisis Faktor Manfaat yang Diharapkan Usaha Mikro	
Terhadap Bank	90
Tabel 4.23. Hasil Analisis Faktor Manfaat yang Diharapkan Usaha Kecil	
Terhadap Bank	94
Tabel 4.24. Hasil Analisis Faktor Manfaat yang Diharapkan Usaha	
Menengah Terhadap Bank	98
Tabel 4.25. Hasil <i>Stepwise</i> Analisis Diskriminan.....	101
Tabel 4.26. Wilks's Lambda	101
Tabel 4.27. <i>Eigenvalues</i>	102
Tabel 4.28. Korelasi Relevansi Variabel Pembeda	102
Tabel 4.29. Analisis Faktor Manfaat yang Diharapkan Usaha Mikro, Kecil	
dan Menengah Untuk Mendapatkan Layanan Kredit	104

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Hasil Model Integratif	15
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Pengaruh <i>Relational Benefit</i> dan Menjaga Hubungan Terhadap Komitmen dan Loyalitas	18
Gambar 2.3. Konsep Model Hubungan Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas dan WOM.....	23
Gambar 2.4. Model Konsekuensi Kepercayaan Konsumen Terhadap Tenaga Penjual	26
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Indikator Pembentuk Variabel Manfaat yang Dicari Nasabah Dalam Layanan Kredit UMKM.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner dan Data Responden.....	118
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Responden	125
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	128
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif	131
Lampiran 5. Proses Analisis Faktor Usaha Mikro	140
Lampiran 6. Proses Analisis Faktor Usaha Kecil.....	149
Lampiran 7. Proses Analisis Faktor Usaha Menengah	158
Lampiran 8. Proses Analisis Diskriminan.....	165

ABSTRAK

Kinerja UMKM di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan. Besarnya sumbangan UMKM pada Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2012 mencapai Rp 1,505 Triliun dengan nilai ekspor UMKM mencapai Rp 208,067 Milyar. Meskipun perkembangan jumlah UMKM ini mengalami peningkatan, namun sebagian besar masih dihadapkan pada masalah mendasar, yaitu : pertama, masih sulitnya akses UMKM pada pasar atas produk-produk yang dihasilkannya; kedua, masih lemahnya pengembangan dan penguatan usaha; serta ketiga, keterbatasan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal khususnya dari perbankan. Masalah utama yang dihadapi pengusaha UMKM adalah kemampuan untuk mengakses perbankan dan ketidaktahuan akan jasa kredit perbankan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mendapatkan faktor manfaat yang diharapkan nasabah UMKM dalam mendapatkan layanan kredit, (2) Mendapatkan faktor manfaat yang membedakan antara UMKM kelompok mikro, kecil dan menengah berdasarkan jumlah kredit modal kerja.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pemilik UMKM yang telah mengambil kredit minimal selama 6 bulan di Bank BRI, Bank Danamon dan Bank Mega yang ada di Surabaya dan berhasil didapatkan sampel sebesar 131 responden.

Dengan menggunakan analisis faktor, didapatkan bahwa faktor-faktor manfaat yang diharapkan nasabah ketika mendapatkan layanan kredit dalam jangka waktu tertentu adalah (1) Pada usaha mikro didapatkan empat faktor utama, yaitu faktor kemampuan komunikasi dan perhatian karyawan, faktor ketanggapan karyawan, faktor empathy karyawan dan faktor reliabilitas karyawan, (2) Pada usaha kecil didapatkan dua faktor utama, yaitu faktor kompetensi karyawan dan faktor pelayanan karyawan, (3) Pada usaha menengah didapatkan dua faktor utama, yaitu faktor keramahan dan jaminan layanan dan faktor kedekatan hubungan dengan karyawan.

Dengan menggunakan analisis diskriminan didapatkan bahwa manfaat yang membedakan antara UMKM kelompok mikro, kecil dan menengah berdasarkan jumlah kredit modal kerja adalah (1) Karyawan mampu memberikan layanan tambahan kepada nasabah, (2) Karyawan mampu memberikan informasi kredit secara akurat, (3) Karyawan mengetahui nama nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian atas manfaat yang diharapkan nasabah dalam pelayanan kredit, bank dapat melakukan strategi pengembangan produk dan jasa yang memberikan manfaat sebagaimana harapan para nasabah UMKM.

Kata kunci : UMKM, layanan kredit, analisis faktor, analisis diskriminan

ABSTRACT

The performance of SMEs in Indonesia in recent years showed a significant increase. The amount of the contribution of SMEs to the Gross Domestic Product (GDP) in 2012 reached Rp 1,505 trillion, with an export value of SMEs reached USD 208.067 billion. Although these developments have increased the number of SMEs, but most are still faced with the fundamental problem, namely: first, there is still the difficulty of access of SMEs to the market for the products it produces; The second weak business development and strengthening; and third, limited access to sources of financing from formal financial institutions, especially banks. The main problem facing SMEs is the ability to access banking services and unfamiliarity with bank credit.

The purpose of this study were (1) Getting the factors that are expected to benefit SME customers in obtaining credit services, (2) Getting the benefit factor that distinguishes between groups of SMEs of micro, small and medium enterprises based on the amount of working capital loans.

The data used in this research is the primary data, ie data obtained directly from the questionnaires and interviews to the owners of SMEs which have taken credit for at least 6 months at Bank BRI, Bank Danamon and Bank Mega in Surabaya and successfully obtained a sample of 131 respondent.

By using factor analysis, it was found that the factors expected benefits customers when obtaining credit services in a certain period is (1) At the micro-enterprises obtained four main factors, namely the factor of communication skills and attention to employees, factors responsiveness of employees, factors empathy employees and reliability factor of employees, (2) in a small business found two main factors, namely the factor of employee competence and service factors of employees, (3) in the medium-sized businesses obtain two main factors, namely the hospitality and service assurance factors and factor close relationship with employees.

By using discriminant analysis found that the benefits that differentiate between SMEs groups of micro, small and medium enterprises based on the amount of working capital loans are (1) Employees are able to provide additional services to its customers, (2) Employees are able to provide credit information accurately, (3) Employees know customer name.

Based on the results of the study on the expected benefits customers in credit services, the bank can undertake product development strategies and services that benefit our customers as well as the expectations of SMEs.

Keywords: SME, credit services, factor analysis, discriminant analysis