

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP
KUALITAS JASA LEMBAGA KREDIT MIKRO
(Faktor-faktor Yang Mempengaruhi dan Hubungannya
Dengan Kesetiaan Nasabah)**

1407215
DISERTASI

**Untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor**



Oleh :
KHUSNUL ASHAR
NIM. 9903020035

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
MINAT PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2005**

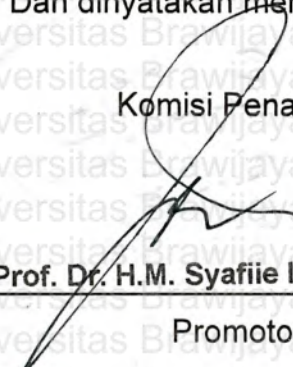
**DISERTASI****0500585****PERSEPSI NASABAH TERHADAP KUALITAS JASA LEMBAGA KREDIT
MIKRO FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAN HUBUNGANNYA
DENGAN KESETIAAN NASABAH**

Oleh :

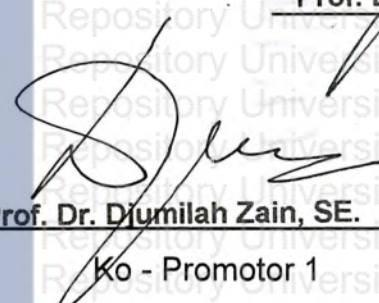
KHUSNUL ASHAR

Dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal : 12 Februari 2005
Dan dinyatakan memenuhi syarat

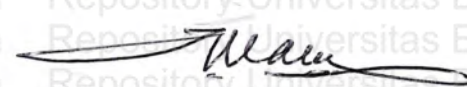
Komisi Penasehat,


Prof. Dr. H.M. Syafie Idrus, SE., M.Sc.

Promotor


Prof. Dr. Djumilah Zain, SE.

Ko - Promotor 1


Prof. Dr. Imam Syakir, SE.

Ko - Promotor 2

Ko - Promotor 3

Malang, 15 JUL 2005

Universitas Brawijaya
Program Pascasarjana
Direktur,


Prof. Dr. H. Djanggan Sargowo, dr, SpPD.,SpJP (K)
NIP. 130 531 873

**TIM PENGUJI****JUDUL DSERTASI :**

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP KUALITAS JASA LEMBAGA KREDIT MIKRO
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dan Hubungannya Dengan Kesetiaan Nasabah**

Nama Mahasiswa : Khusnul Ashar
NIM : 9903020035
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Minat : Pemasaran dan Perilaku Konsumen

KOMISI PROMOTOR :

Promotor : Prof. DR. H.M. Syafii Idrus, SE. M.Ec.
Ko-Promotor : Prof. DR. Djumilah Zain, SE
Kor-Promotor : Prof. DR. Imam Syakir, SE.

TIM DOSEN PENGUJI :

Dosen Penguji 1 : Prof. Dra. S.M. Kiptiyah, M.Sc.
Dosen Penguji 2 : Prof. DR. M. Zaini Hasan
Dosen Penguji 3 : DR. Armanu Thoyib, SE. M.Sc.
Dosen Penguji 4 : DR. Agus Suman, SE. DEA.

PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah DISERTASI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 12 Februari 2005



Nama: Khusnul Ashar
NIM : 9903020035
PS : Program Doktor Ilmu Ekonomi
PPSUB



RIWAYAT HIDUP

Khusnul Ashar, lahir di Lamongan 15 Agustus 1955 anak dari ayah Mohammad Husein (Alm) dan Ibu Siti Djamila (Alm). SD sampai SMA di Lamongan lulus SMA tahun 1975, lulus memperoleh gelas Sarjana Ekonomi (SE) dari Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya tahun 1982; lulus memperoleh gelar Master of Art (MA) dari School of Social Sciences Flinders University Australia tahun 1991. Asisten Dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya tahun 1979 - 1982. Sebagai dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya sejak tahun 1983. Memperoleh penghargaan Dosen Teladan II tingkat Universitas pada tahun 1992.

Malang, 10 Februari 2005

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Allah SWT. Yang telah meridloi penulis menempuh pendidikan lanjutan ini sehingga program yang telah dimulai sejak tahun 1999 dan dengan beberapa kendala, akhirnya bisa selesai dengan baik. Mudah-mudahan ilmu yang diperoleh bisa meningkatkan kualitas amal ibadah.

Bapak Prof. Dr. H.M. Syafiie Idrus, SE. M.Ec selaku pembimbing utama, Ibu Prof. Dr. Djumilah Zain, SE. dan Bapak Prof. Dr. Imam Syakir, SE selaku pembimbing yang dengan kesabarannya telah menambah wawasan, mendorong dan mengarahkan terselesaikannya karya tulis ini.

Bapak Prof.Dr.M.Zaini Hasan, Prof. Dr. Salladien, Dr. Armanu Thoyib, SE. MSc; dan Dr. Agus Suman SE. DEA yang pada sidang komisi, seminar hasil dan sidang ujian ke I telah mempertajam isi dan arah panulisan

Bapak Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang yang telah mendorong, memperingatkan dan memberi ijin penyelesaian sehingga disertasi ini bisa diselesaikan.

Pimpinan Yayasan Mitra Karya, Koperasi Simpan Pinjam Mitra Mandiri dan BPR Gunung Ringgit yang telah menyediakan informasi yang berharga serta memberi ijin peneliti selama proses pengumpulan data primer di lapangan.

Dr. David Kaluge, Dr. Mat Syukur dan Dr. Dwi Asih Suryandari, Dr. Solimun, MS. yang telah menyediakan waktu untuk mendiskusikan isi dari draft karya tulis ini.

Rektor Universitas Brawijaya, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang telah memberi ijin dan dukungan moril serta materil yang memungkinkan penulis bisa mengikuti program pendidikan doktor di Universitas Brawijaya.

Dirjen Dikti DEPDIKNAS yang telah memberi dukungan dana beasiswa (BPPS).

Terima kasih yang dalam kepada almarhum Ayahanda H. Mohamad Husein dan almarhumah Ibunda Siti Djamila yang telah mengenalkan kepada penulis mengenai pentingnya ilmu pengetahuan. Kepada ayahanda mertua H. Abd. Madjid Fajar dan ibunda almarhumah Hj. Siti Maimunah, terima kasih ananda haturkan atas doa restunya.

Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada istri tercinta Antasaria Anggraini serta anak-anak Fariza Hanum Azriana dan Adethya Muhammad Ashar yang selama ini memberi semangat dan dukungan moril yang tidak terhingga besarnya.

Malang, Februari 2005
Penulis

RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh merebaknya program Lembaga Kredit Mikro (LKM) di seluruh dunia sebagai upaya penanggulangan kemiskinan yang semakin populer namun mengandung kerentanan dalam masalah kesinambungannya. Disamping faktor strategi dan metode yang diterapkan, salah satu faktor yang menentukan kelangsungan hidup LKM adalah kesetiaan nasabah. Namun demikian, penelitian terhadap LKM pada umumnya lebih bersifat makro dengan fokus pada kelembagaan dan dampak program. Belum ada penelitian yang menyoroti aspek mikro khususnya yang mengungkap persepsi nasabah terhadap kualitas jasa LKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati dari jasa kredit dan petugas baik terhadap kesetiaan maupun terhadap kedisiplinan nasabah. Juga diidentifikasi pengaruh kesetiaan terhadap disiplin nasabah.

Metode sampling yang digunakan berupa *purposive incidental sampling* untuk menjangkau 330 responden nasabah LKM berbadan hukum Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Yayasan di wilayah Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang. Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) diaplikasikan untuk melakukan identifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebagai variabel bebas adalah kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas, dan empati petugas. Sedangkan sebagai variabel terikat adalah kesetiaan nasabah dan disiplin nasabah.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan nasabah adalah kehandalan jasa kredit, empati jasa kredit dan kehandalan petugas. Secara statistik faktor yang pengaruhnya paling besar adalah kehandalan jasa kredit diikuti oleh faktor empati jasa kredit dan faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah kehandalan petugas. Tidak terdapat pengaruh nyata dari kesetiaan terhadap disiplin nasabah.

Indikator yang paling mewarnai variabel kesetiaan nasabah adalah tingkat kesediaan nasabah untuk menanggung beban bunga lebih tinggi. Pada variabel kehandalan jasa kredit yang paling dominan adalah indikator efektifitas kredit; pada variabel empati jasa kredit adalah indikator persyaratan memperoleh kredit; dan pada variabel kehandalan petugas yang dominan adalah indikator kemampuan petugas dalam memberi informasi mengenai kredit dan persyaratannya.

Secara diskriptif, terdapat perbedaan nyata diantara LKM sampel dalam aspek kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas dan kesetiaan anggota. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara LKM sampel dalam hal empati petugas dan kedisiplinan nasabah. Berdasarkan ranking means, Yayasan menempati urutan paling tinggi dalam hal empati jasa kredit dan kesetiaan nasabah; Koperasi mempunyai ranking teratas dalam hal kehandalan jasa kredit dan kehandalan petugas; sedangkan BPR mempunyai keunggulan dalam daya tanggap jasa kredit dan daya tanggap petugas.

Hasil penelitian ini memberi kontribusi teoritik pada konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) khususnya berkaitan dengan komponen produk dan promosi. Temuan studi ini menunjukkan bahwa dalam pemasaran jasa kredit, komponen produk oleh konsumen lebih diapresiasi efektifitasnya dari pada jumlah kreditnya. Untuk komponen promosi, kemampuan petugas dalam menginformasikan jenis kredit dan persyaratannya merupakan faktor yang penting.

SUMMARY

Khusnul Ashar, Postgraduate Program of Brawijaya University, February 12th 2005.

DEBITOR PERCEPTION ON QUALITY OF MICRO CREDIT INTITUTION SERVICE Affecting Factors and The Relationship to Debitor's Loyalty.

Promotor : M.S. Idrus, Co Promotors : Djumilah Zain and Imam Syakir.

This research is based on emerging Micro Credit Institution (MCI) all over the world as an effort to overcome poverty which is getting more and more popular although have susceptibility of its sustainability. In addition of applied strategy and method factor, one of the factors determining life of MCI is customer loyalty. However, research on MCI generally more macro with focus on institutional and program effect. There is no research that emphasizes on micro aspect especially which reveals customer perception on service quality of MCI.

An objective of this research is to identify effect of reliability factor, responsiveness, and empathy from credit service and officer either on loyalty or discipline of customer. In addition, it identifies effect of loyalty on discipline of customer.

Sampling method used is *purposive incidental sampling* to obtain 330 respondents of customer of MCI in form of People Credit Bank (Bank Perkreditan Rakyat/BPR), Cooperative of Saving and Loan (Koperasi Simpan Pinjam/KSP) and Foundation in region of Karang Ploso Sub District, Malang Regency. An approach of *Structural Equation Modeling* (SEM) is applied to identify effect of independent variable on dependent variable. The independent variable is credit reliability, credit responsiveness, credit empathy, reliability of officer, responsiveness of the officer, and empathy of the officer. The dependent variable is customer loyalty and discipline.

Result of hypothesis test indicated that factors significantly influencing on customer loyalty is credit reliability, credit empathy and officer reliability. Statistically, the most influencing factor is credit reliability followed by factor of credit empathy and the least influencing factor is officer reliability. There seems no real effect of loyalty on customer discipline.

The most appearing indicator on customer loyalty is level of customer willingness to bear higher interest. On variable of credit reliability the most dominant factor is indicator of credit effectiveness; on variable of credit empathy the factor is indicator of conditions to get credit; and on variable of officer reliability is indicator of officer ability in giving information of credit and its requirements.

Descriptively, there seem real differences between sample MCI on aspect of credit reliability, credit responsiveness, credit empathy, officer reliability, responsiveness of officer and member loyalty. There seems no difference between the sample LKM related to officer empathy and discipline of the customer. Foundation is on the top concerning with credit empathy and customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberi rahmat dan hidayah sehingga karya tulis disertasi dengan judul Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kredit Mikro Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Hubungannya Dengan Kesetiaan Nasabah bisa diselesaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati dari jasa kredit dan petugas baik terhadap kesetiaan maupun terhadap kedisiplinan nasabah. Juga diidentifikasi pengaruh kesetiaan terhadap disiplin nasabah. Responden penelitian ini adalah nasabah Lembaga Kredit Mikro (LKM) berbadan hukum Yayasan, Koperasi dan Bank Perkredit Rakyat (BPR).

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan nasabah adalah kehandalan jasa kredit, empati jasa kredit dan kehandalan petugas. Secara statistik faktor yang pengaruhnya paling besar adalah kehandalan jasa kredit diikuti oleh faktor empati jasa kredit dan faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah kehandalan petugas. Tidak terdapat pengaruh nyata dari kesetiaan terhadap disiplin nasabah.

Secara diskriptif, terdapat perbedaan nyata diantara LKM sampel dalam aspek kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas dan kesetiaan anggota. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara LKM sampel dalam hal empati petugas dan kedisiplinan nasabah. Berdasarkan ranking means, Yayasan menempati urutan paling tinggi dalam hal empati jasa kredit dan kesetiaan nasabah; Koperasi mempunyai ranking teratas dalam hal kehandalan jasa kredit dan kehandalan petugas; sedangkan BPR mempunyai keunggulan dalam daya tanggap jasa kredit dan daya tanggap petugas.

Manfaat hasil penelitian secara praktis berupa informasi kepada pihak manajemen LKM sampel mengenai pentingnya faktor kehandalan jasa kredit, empati jasa kredit dan kehandalan petugas dalam mempengaruhi kesetiaan nasabah. Kontribusi teoritik adalah pada konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) khususnya berkaitan dengan komponen produk dan promosi. Temuan studi ini menunjukkan bahwa dalam pemasaran jasa kredit, komponen produk oleh konsumen lebih diapresiasi efektivitasnya dari pada jumlah kreditnya. Untuk komponen promosi, kemampuan petugas dalam menginformasikan jenis kredit dan persyaratannya merupakan faktor yang penting.

Disadari masih terdapat kekurangan hasil penelitian ini. Diharapkan adanya masukan dan saran konstruktif guna penyempurnannya agar karya tulis ini bisa memberi manfaat yang lebih besar kepada yang pihak-pihak memerlukan.

Malang, Februari 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Susunan Tim Penguji	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Riwayat Hidup	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Ringkasan	v
Summary	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xiv
Daftar Singkatan	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Lembaga Kredit Mikro	12
2.1.1 Batasan dan Karakteristik Lembaga Kredit Mikro	12
2.1.2 Peranan Lembaga Kredit Mikro Dalam Penanggulangan Kemiskinan	22
2.1.3 Pendekatan Lembaga Kredit Mikro	34
2.1.3.1 Pendekatan Institusi (<i>Institutionalists</i>)	35
2.1.3.2 Pendekatan Kesejahteraan (<i>Welfarists</i>)	38
2.2 Persepsi dan Kepuasan Konsumen	41
2.2.1 Persepsi Konsumen	41
2.2.2 Hubungan Antara Kepuasan, Kesetiaan Konsumen dan Keuntungan Perusahaan	44
2.2.3 Perkembangan Teori Kualitas Jasa dan Persepsi Konsumen	50
2.3 Review Hasil Penelitian Mengenai Lembaga Kredit Mikro	60
2.3.1 Determinan Keberhasilan Lembaga Kredit Mikro	60
2.3.2 Dampak LKM Terhadap Nasabah dan Determinan Tingkat Angsuran	62
BAB III : KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1 Kerangka Konseptual	66
3.2 Hipotesis	69
BAB IV : METODE PENELITIAN	
4.1 Rancangan Penelitian	70
4.2 Subyek dan Obyek Penelitian	70

4.3 Daerah Penelitian	72
4.4 Populasi dan Sampel	73
4.5 Jenis dan Sumber Data	74
4.6 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	74
4.6.1 Variabel Endogen	75
4.6.2 Variabel Eksogen	76
4.7 Skala dan Pengukuran	79
4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.8.1 Uji Validitas	80
4.8.2 Uji Reliabilitas	80
4.9 Teknik Analisis	81
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	83
5.1.1 Karakteristik Sosio – Demografis	84
5.1.2 Karakteristik Sosio – Ekonomi	87
5.2 Diskripsi LKM Sampel dan Keterlibatan Responden Dengan LKM	92
5.2.1 Diskripsi LKM Sampel	92
5.2.1.1 Yayasan Mitra Karya	92
5.2.1.2 Koperasi Mitra Mandiri	94
5.2.1.3 BPR Gunung Ringgit	96
5.2.2 Sumber Informasi Responden Mengenai Lembaga Kredit Mikro	99
5.2.3 Lama Menjadi Nasabah dan Urutan Pinjaman Yang Diperoleh	103
5.2.4 Daya Tarik LKM dan Pengetahuan Responden Mengenai Ketentuan Kredit	105
5.2.5 Jumlah Kredit dan Alokasi Penggunaan	110
5.3 Hasil Analisis Kuantitatif dan Pembahasan	116
5.3.1 Uji Hipotesis	116
5.3.1.1 Uji Validitas, Realibilitas dan <i>Goodness of Fit</i>	116
5.3.1.2 Hasil Uji Hipotesis Dengan Pendekatan SEM	118
5.3.2 Hasil Analisis Perbedaan LKM Dengan Pendekatan ANOVA.	121
5.3.3 Pembahasan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan dan Kedisiplinan Nasabah	125
5.3.3.1 Pengaruh Kehandalan Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah	125
5.3.3.2 Pengaruh Daya Tanggap Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah	127
5.3.3.3 Pengaruh Empati Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah	129
5.3.3.4 Pengaruh Kehandalan Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah	131
5.3.3.5 Pengaruh Daya Tanggap Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah	135
5.3.3.6 Pengaruh Empati Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah	138
5.3.3.7 Determinan Kedisiplinan Nasabah	142
5.3.4 Pembahasan Perbedaan LKM Menurut Persepsi Nasabah	144
5.3.4.1 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Kehandalan Jasa Kredit	145



5.3.4.2 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Daya Tanggap Jasa Kredit	148
5.3.4.3 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Empati Jasa Kredit	150
5.3.4.4 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Kehandalan Petugas	152
5.3.4.5 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Daya Tanggap Petugas	155
5.3.4.6 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Empati Petugas	157
5.3.4.7 Perbedaan Tingkat Kesetiaan Nasabah	159
5.3.4.8 Perbedaan Tingkat Kedisiplinan Nasabah	164
5.4 Keterbatasan Penelitian	167
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	168
6.1.1 Kesimpulan Praktis	168
6.1.2 Kesimpulan Teoritik	169
6.2 Saran	170
Daftar Pustaka	172

Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 5.1.1 Persentase Responden Menurut Jenis Kelamin	84
Tabel 5.1.2 Persentase Responden Menurut Kelompok Umur	85
Tabel 5.1.3 Persentase Responden Menurut Pendidikan Terakhir	87
Tabel 5.1.4 Persentase Responden Menurut Status Ekonomi	88
Tabel 5.1.5 Persentase Responden Menurut Lapangan Pekerjaan Utama	90
Tabel 5.1.6 Persentase Responden Menurut Lapangan Pekerjaan Sampingan	91
Tabel 5.2.1 Diskripsi Karakteristik LKM Sampel	98
Tabel 5.2.2 Persentase Responden Menurut Sumber Informasi Mengenai Keberadaan LKM	101
Tabel 5.2.3 Persentase Responden Menurut Pihak Yang Menyarankan Pinjam Dana LKM	102
Tabel 5.2.4 Persentase Responden Menurut Lamanya Menjadi Nasabah LKM Ybs.	103
Tabel 5.2.5 Persentase Responden Menurut Urutan Pinjaman Yang Diterima Sekarang	104
Tabel 5.2.6 Persentase Responden Menurut Alasan Utama Meminjam ke LKM Ybs.	106
Tabel 5.2.7 Persentase Responden Menurut Pengetahuannya Tentang Peraturan Jumlah Pinjaman Maksimum, Tingkat Bunga, Waktu Tunggu dan Denda	109
Tabel 5.2.8 Persentase Responden Menurut Jumlah Pinjaman Yang Diperoleh Sekarang	112
Tabel 5.2.9 Persentase Responden Menurut Alokasi Penggunaan Kredit	113
Tabel 5.2.10 Persentase Responden Menurut Proporsi Kredit Untuk Tujuan Produktif	114
Tabel 5.2.11 Persentase Responden Yang Masih Mempunyai Pinjaman Pada Pihak Lain	116

Tabel 5.3.1	Hasil Uji Hipotesis (Regression Weights)	119
Tabel 5.3.2	Hasil Uji Statistik (Standardized Regression Weights)	120
Tabel 5.3.3	Perbedaan LKM Menurut Variabel Bebas dan Terikat	122
Tabel 5.3.4	Ranking LKM Menurut Nilai Mean Dari Variabel yang Berbeda Nyata	124
Tabel 5.3.5	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Kecukupan Pinjaman	126
Tabel 5.3.6	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Efektifitas Pinjaman	127
Tabel 5.3.7	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Waktu Tunggu Pencairan Kredit	128
Tabel 5.3.8	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Persyaratan Memperoleh Kredit	130
Tabel 5.3.9	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Beban Bunga Pinjaman	130
Tabel 5.3.10	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Beban Jumlah Angsuran	131
Tabel 5.3.11	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Ketentuan Waktu/Frekwensi Angsuran	131
Tabel 5.3.12	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Kehandalan Petugas Memberi Informasi Kredit dan Persyaratannya	133
Tabel 5.3.13	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Kehandalan Petugas Dalam Proses Realisasi Kredit	134
Tabel 5.3.14	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Kehandalan Petugas Dalam Pencatatan Angsuran	135
Tabel 5.3.15	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Daya Tanggap Petugas Memproses Persyaratan Kredit	136
Tabel 5.3.16	Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Daya Tanggap Petugas Dalam Memproses Pencairan Kredit	137

Tabel 5.3.17 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Tingkat Keakraban Dengan Petugas Yang Biasa Melayaninya 140

Tabel 5.3.18 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Sikap Petugas Selama ini 140

Tabel 5.3.19 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Sikap Petugas Saat Nasabah Mengajukan Permohonan Kredit 141

Tabel 5.3.20 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Perhatian Petugas atas Bisnis atau Proyek Yang Dananya Dari Kredit LKM 142

Tabel 5.3.21 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Keinginan Untuk Tetap Meminjam Bila Memerlukan Kredit Lagi 160

Tabel 5.3.22 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Minat Untuk Tetap Menjadi Nasabah Bila Ada Kenaikan Beban Bunga 161

Tabel 5.3.23 Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai Minat Untuk Tetap Menjadi Nasabah Bila Waktu Pelunasan Ditetapkan Lebih Pendek 161

Tabel 5.3.24 Persentase Nasabah Menurut Derajat Kedisiplinannya Terhadap Waktu Mengangsur Pinjaman 165

Tabel 5.3.25 Persentase Nasabah Menurut Derajat Kedisiplinannya Terhadap Jumlah Pembayaran Angsuran 166



Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 2 : Diskripsi Daerah Penelitian

Lampiran 3 : Hasil Analisis SEM

Lampiran 4 : Hasil Analisis ANOVA

Lampiran 5 : Kuesioner

Halaman

182

189

203

216

219

Daftar Singkatan

ADB	: Asian Development Bank
ANOVA	: Analysis Of Varians
BI	: Bank Indonesia
BPR	: Bank Perkreditan Rakyat
BPS	: Badan Pusat Statistik
BRI	: Bank Rakyat Indonesia
ECD	: European Community Development
CASHPOR	: Credit And Saving for Hardcore Poor
GB	: Grameen Bank
GTZ	: Deutsche Gesellschaft fur Technische Zusammenarbert
IDT	: Inpres Desa Tertinggal
KSP	: Koperasi Simpan Pinjam
KUKESRA	: Kredit Usaha Keluarga Sejahtera
LKM	: Lembaga Kredit Mikro
MKEJ	: Mitra Karya East Java
SEM	: Structural Equation Modeling
SERVQUAL	: Service Quality
SHU	: Sisa Hasil Usaha
TAKESRA	: Tabungan Keluarga Sejahtera



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga Kredit Mikro (LKM) merupakan salah satu strategi yang semakin populer dalam mengatasi masalah kemiskinan. Menangani problem kemiskinan melalui pendekatan Lembaga Kredit Mikro (LKM) mempunyai beberapa alasan yang logis. Alasan yang melatarbelakangi munculnya pendekatan tersebut adalah karena kegagalan lembaga kredit formal untuk mengatasi problem kemiskinan di pedesaan (Huppi dan Feder, 1990; Holt dan Ribe 1991). Alasan lain adalah karena program penyediaan kredit kecil relatif lebih mudah diimplementasikan daripada program pengentasan kemiskinan lain seperti program *land-reform* (Braverman dan Guasch, 1989). Disamping itu, esensi program kredit mikro bukan hanya semata-mata pada ketersediaan kredit kecil melalui berbagai nama lembaga penyalurnya, tetapi LKM adalah merupakan piranti pembangunan dalam arti luas (Ledgerwood, 1999).

Dalam mengatasi masalah kemiskinan dan pemberdayaan usaha kecil, Lembaga Kredit Mikro (LKM) pada dekade tahun 90 an terbagi menjadi dua kelompok yaitu LKM dengan pendekatan Institusi yang lebih mengutamakan kesehatan keuangan lembaga dan LKM dengan pendekatan Kesejahteraan yang



mempunyai prioritas membangun kapasitas ekonomi rumah tangga kurang mampu (Woller, et al., 1999). Hingga saat ini di Indonesia terdapat ribuan LKM yang beroperasi di Indonesia baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta dimana bank-bank pemberi jasa kredit kecil seperti BRI unit desa dan Bank Perkreditan Rakyat merupakan kelompok pendekatan institusi dan puluhan LKM milik lembaga swadaya masyarakat dengan metode *Grameen Bank* tergolong pendekatan kesejahteraan (Surjandari, 2004).

Namun demikian, program kredit mikro tidak selalu menunjukkan keberhasilan baik dari sisi pencapaian sasaran program maupun dari segi kelangsungan hidup lembaganya. Hasil evaluasi beberapa lembaga menunjukkan bahwa jumlah program kredit mikro yang mengalami kegagalan lebih banyak daripada yang berhasil. GTZ GmbH, sebuah lembaga pemberi bantuan dari pemerintah Jerman, menyatakan bahwa program kredit mikro di negara berkembang untuk pengentasan kemiskinan pada umumnya tidak mampu mencakup banyak orang miskin dipedesaan maupun perkotaan, dan program-program tersebut juga tidak menunjukkan perkembangan yang berarti (Seibel, 1996). Program kredit mikro dalam bentuk koperasi kredit dan pinjaman kelompok mengalami banyak masalah di Mesir, India, Kenya dan Venezeula (Von Pischke, Adams dan Donald 1983; Yaron, 1992). Di Indonesia, penelitian Djumilah Zain pada program IDT menemukan bukti bahwa program tersebut selain tidak menunjukkan



hasil yang nyata, kesinambungannya juga meragukan (Zain, 1998). Studi yang dilakukan oleh David Kaluge juga menemukan indikasi bahwa program kredit kecil pemerintah TAKESRA-KUKESRA, selain bias dalam mencapai target sasaran juga lembaganya tidak mempunyai landasan yang kuat untuk bisa hidup berkelanjutan (Kaluge, 2001). Evaluasi terhadap program-program kredit mikro yang dibantu oleh Bank Dunia menemukan fakta bahwa disamping adanya dana kredit yang tidak sampai kepada target sasaran, sebagian besar LKM tidak mampu mencapai titik impas dan tidak efisien (Bank Dunia, 1975; Hoff dan Stiglitz, 1990). Deregulasi atau liberalisasi di sektor keuangan di beberapa negara sedang berkembang memang telah berhasil memperbaiki kondisi LKM (Seibel, 1996), namun masih banyak LKM yang untuk menjamin kelangsungan hidupnya masih tergantung dan terus menerus membutuhkan bantuan dari pemerintah (Cho dan Khatkhate, 1989).

Dari hasil kajian diatas, nampak bahwa faktor yang menyebabkan gagalnya program LKM untuk mengatasi kemiskinan adalah lemahnya unsur-unsur pendukung kelangsungan hidup LKM itu sendiri.

Kelemahan lain program LKM adalah masih besarnya derajat ketergantungan pada sumberdana dari luar. LKM, baik yang merupakan program pemerintah maupun yang dikelola oleh swadaya masyarakat pada umumnya dijalankan sebagai program yang lebih bersifat sosial, sebagian besar dana berasal dari hibah, sehingga kurang memperhatikan aspek efisiensi yang akhirnya



berdampak pada berhentinya program setelah pihak donor menghentikan bantuan dana.

Sebagai suatu lembaga keuangan yang mempunyai peranan sangat penting dalam menanggulangi masalah kemiskinan, LKM seharusnya mampu menjamin kelangsungan hidupnya secara mandiri. Interaksi antara LKM dengan nasabahnya harus mampu membentuk hubungan yang saling menguntungkan secara finansial.

Mengacu pada konsep Philip Kotler yang menyatakan bahwa esensi dari marketing adalah adanya kesediaan konsumen untuk mempertukarkan sumberdaya yang dimiliki dalam rangka mencapai apa yang diinginkannya (Kotler, 2003). Dengan demikian, hubungan antara LKM dengan nasabahnya adalah hubungan pertukaran dimana lembaga LKM adalah pihak penjual yang memberi pelayanan jasa kredit kepada nasabah, sedangkan nasabah adalah pihak konsumen yang atas pelayanan jasa tersebut bersedia memberi imbalan kepada LKM berupa bunga dan biaya administrasi.

Kesediaan nasabah memberi imbalan kepada LKM erat kaitannya dengan manfaat yang diperoleh. Sebagai nasabah yang melakukan kegiatan produktif, kredit merupakan sumberdaya ekonomi yang penting untuk mendukung kegiatan operasional atau untuk membeli aset produktif (Analoui, 2003). Namun kredit bukanlah semata-mata sebagai sarana produktif tetapi bagi nasabah kurang mampu kredit juga merupakan alat pemenuhan kebutuhan konsumsi atau guna



pembiayaan non produktif lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sa'ad menunjukkan bahwa sebagian dana pinjaman dari lembaga kredit digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Dari total kredit yang diterima, prosentase kredit yang digunakan nasabah untuk memenuhi keperluan konsumsi mencapai 25 % sampai 64,5 % (Sa'ad, 2003). Guna memperoleh manfaat itulah nasabah bersedia memenuhi ketentuan yang ditetapkan dan sanggup memenuhi kewajiban membayar bunga yang bagi LKM merupakan sumber pendapatan yang penting. Dengan demikian peranan nasabah terhadap pendapatan dan kesinambungan LKM sangat menentukan.

Walaupun peranan nasabah sangat penting bagi LKM, sebagian besar lembaga nirlaba kurang menyadari bahwa tujuan utama mereka adalah melayani dan memuaskan anggota / klien. Penelitian Fine terhadap 89 badan nirlaba swasta dan 59 badan pemerintah menyimpulkan bahwa badan nirlaba mempunyai kecenderungan memandang rendah klien mereka, kurang dari 20 % institusi publik dan nirlaba dan hanya 33 % perusahaan bisnis menyadari bahwa tujuan utama mereka adalah memuaskan para pelanggan (Fine, 1983). Dari beberapa penelitian, ditemukan bukti bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi penilaian dan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian Michael Brady dan Joseph Cronin pada tahun 2001 terhadap perusahaan jasa menemukan indikasi kuat bahwa faktor *reliability* (kehandalan),

responsiveness (daya tanggap), *empathy* (empati) merupakan faktor-faktor yang menjadi penilaian dan mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan konsumen (Brady dan Cronin, 2001).

Salah satu elemen penting dalam menjamin kelangsungan hidup LKM adalah pendapatan operasional yang berasal dari nasabahnya. Dalam hal ini banyak pakar yang membuktikan bahwa faktor konsumen mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan. Konsumen yang merasa puas atas barang/jasa yang dibelinya cenderung menjadi konsumen yang setia dan memberikan keuntungan finansial (Reichheld's 1996; Heskett, Sasser dan Schlesinger's 1997; Parasuraman, 2000; Kotler, 2003). Kepuasan nasabah erat kaitannya dengan kepatuhan dan kesediaannya untuk memenuhi kewajibannya yang pokok yaitu membayar angsuran dengan tertib. Hasil penelitian Reichheld dan Sasser pada tahun 1990 membuktikan bahwa konsumen yang setia mempunyai kesediaan untuk membayar lebih mahal (Reichheld dan Sasser 1990 dalam Lovelock 2001). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nasabah yang memperoleh kepuasan akan menjadi nasabah yang setia dan bersedia membayar angsuran dengan tertib yang pada gilirannya akan sangat menentukan kinerja keuangan dan kesinambungan LKM.

Namun demikian, meskipun nasabah merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup LKM, penelitian yang ada selama ini belum pernah



mengungkap persepsi nasabah LKM secara khusus. Penelitian terhadap LKM kebanyakan menyoroti aspek Model dan Metode Penyaluran Kredit (Von Pischke, Adams dan Donald, 1983; Yaron, 1992; Zain, Semaoen dan Ashar, 1998,), Dampak Ekonomi Nasabah (Christien, Peck, 1989; Kaluge, 2001; Mat Syukur, 2001) dan Kelembagaannya (Hoff dan Stiglitz, 1990; Rhyne, Elisabeth dan Othero, 1994; Khandker, 1995; Raviez, 1996; Kaluge, 2001; Syukur, 2001).

Oleh karena itu kajian dan studi yang sistematis mengenai faktor-faktor yang terkait dengan persepsi dan kepuasan nasabah disamping memberikan tambahan wawasan akademis pada khasanah keilmuan, secara praktis juga akan memberikan informasi yang penting bagi pihak praktisi LKM. Bagi pengelola lembaga, identifikasi terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi anggota binaan merupakan sebuah upaya yang penting dan strategis. Dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, maka pihak manajemen bisa melakukan strategi dan kebijakan yang tepat guna membangun dan memelihara kesetiaan anggota yang pada gilirannya akan menjamin kelangsungan hidup lembaga.

1.2 Batasan Masalah

Menurut sebuah lembaga internasional yang khusus mengkaji dan mengembangkan program LKM, derajat kesinambungan dan kecukupan finansial



LKM bisa diukur melalui kinerja kecukupan keuangan atau *Financial Self-Sufficiency* (*FSS*) dimana semakin tinggi nilai *FSS*, semakin terjamin kesinambungan LKM yang bersangkutan (SEEP, 1995). Dalam kaitannya dengan konsumen, kesetiaan konsumen mempunyai pengaruh yang positif terhadap perusahaan yang melayaninya karena konsumen yang merasa puas terhadap jasa yang diperolehnya tidak lagi memerlukan biaya dan waktu tambahan untuk mengajarnya disamping mereka juga bersedia membayar lebih mahal (Reichheld dan Sasser, 1990).

Bagi LKM, faktor kepuasan nasabah juga menjadi hal yang penting untuk mendukung kinerja keuangannya. Nasabah yang mempunyai persepsi positif terhadap jasa kredit yang disediakan oleh LKM akan menjadi nasabah yang setia; membayar angsuran dengan teratur dan akan memperoleh kredit dengan jumlah yang lebih besar dan dengan demikian akan memberi penghasilan bunga yang lebih tinggi bagi LKM. Dengan membaiknya kinerja keuangan akibat diperolehnya nasabah yang setia, maka kesinambungan hidup LKM lebih terjamin.

Namun demikian guna menciptakan dan mempertahankan kepuasan dan kesetiaan nasabah Lembaga Kredit Mikro (LKM), terlebih dahulu harus diidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penilaian nasabah dan diantara faktor-faktor tersebut perlu diketahui faktor-faktor mana pengaruhnya terhadap kesetiaan nasabah paling besar. Mengacu pada temuan Brady dan Cronin, pertanyaan yang



muncul adalah apakah faktor *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *empathy* (empati) dari petugas dan jasa kredit LKM mempunyai pengaruh nyata terhadap kepuasan dan kesetiaan nasabah.

Selanjutnya, kedisiplinan angsuran dari anggota merupakan faktor penting pada pencapaian kinerja keuangan LKM. Tingginya tingkat angsuran dan rendahnya tingkat kemacetan akan memperbaiki kinerja *cash-flow* dan *income-statement* LKM. Dalam kaitan ini, perlu dikaji apakah kesetiaan nasabah mempunyai hubungan yang nyata dengan kedisiplinan nasabah dalam megangsur pinjamannya. Sehubungan dengan kedisiplinan membayar pinjaman, pertanyaan yang penting untuk dijawab adalah adakah pengaruh nyata dari faktor *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *empathy* (empati) petugas maupun jasa kredit terhadap kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran.

1.3 Rumusan Masalah

Dari batasan masalah diatas, maka secara ringkas permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sbb :

1. Adakah pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati jasa kredit terhadap kesetiaan nasabah LKM ?
2. Adakah pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati petugas terhadap kesetiaan nasabah LKM ?



3. Apakah ada pengaruh nyata dari faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati jasa kredit terhadap kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran ?
4. Apakah ada pengaruh nyata dari faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati petugas terhadap kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran ?
5. Adakah pengaruh nyata dari kesetiaan nasabah terhadap kedisiplinan membayar angsuran ?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, secara eksplisit penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati jasa kredit terhadap kesetiaan nasabah LKM
2. Mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati petugas terhadap tingkat kesetiaan nasabah LKM
3. Mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati jasa kredit terhadap kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran
4. Mengidentifikasi pengaruh faktor kehandalan, daya tanggap, dan empati petugas terhadap kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran
5. Mengidentifikasi pengaruh kesetiaan nasabah terhadap kedisiplinan membayar angsuran



1.5 Manfaat Penelitian

Pada tataran teoritis, penelitian mengenai faktor-faktor penentu kepuasan dan kesetiaan konsumen memang sudah banyak dilakukan. Namun belum ada penelitian yang mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan nasabah Lembaga Kredit Mikro. Hasil penelitian ini akan memberi sumbangan referensi dalam bidang pemasaran jasa keuangan.

Pada tataran praktis, penelitian ini memberikan sumbangan berupa informasi kepada pihak manajemen pengelola LKM baik pemerintah maupun swadaya masyarakat mengenai variabel-variabel apa yang bisa dikendalikan dan dikontrol oleh pihak manajemen dalam rangka menjaga kesetiaan nasabah demi kelangsungan dan kemandirian lembaga.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai landasan teoritik, tinjauan pustaka memuat konsep-konsep teori dan hasil kajian empirik yang menjadi acuan studi ini. Untuk itu pada bagian ini memuat tiga konsep dasar yang terjalin menjadi suatu pemahaman mengenai aspek dan dimensi yang melingkupi tema penelitian yaitu konsep yang menyoroti lembaga kredit mikro, kemudian berikutnya mengenai konsep dasar dari teori pemasaran jasa dan dilanjutkan dengan uraian mengenai konsep dasar dari persepsi dan kepuasan konsumen. Pada bagian terakhir dikemukakan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan LKM secara kronologis.

2.1 Konsep Lembaga Kredit Mikro

2.1.1 Batasan dan Karakteristik Lembaga Kredit Mikro

Sebagaimana tersurat pada istilahnya, Lembaga Kredit Mikro mempunyai dua konsep yaitu mikro dan kredit. Kredit mempunyai arti penyediaan jasa keuangan atau pembiayaan suatu proyek. Mikro, mempunyai beberapa arti dan interpretasi. Beberapa ahli meginterpretasikan mikro sebagai penyedia jasa skala kecil. Penyedia jasa kredit mikro pada umumnya mempunyai kapasitas yang kecil dalam banyak aspek, termasuk kapasitas keuangan dan organisasi yang relatif lebih kecil dibanding lembaga perbankan formal. Lembaga Kredit Mikro (LKM)



pada umumnya bisa melaksanakan aktivitasnya adalah dengan dukungan dari lembaga donor karena terbatasnya kemampuan modal yang dimiliki. Beberapa pihak lain menginterpretasikan mikro sebagai ukuran jasa keuangan yang bisa disediakan. Hal ini mengandung arti bahwa dana/kredit yang disediakan untuk setiap proyek/bisnis jumlahnya terbatas. Namun demikian, beberapa pihak menginterpretasikan mikro adalah pelayanan jasa kredit kepada kaum miskin yang sangat membutuhkan modal usaha. Pada kasus demikian kelompok miskin yang dibantu oleh LKM adalah mereka yang kapasitas usahanya juga kecil. Setiap interpretasi diatas mengandung beberapa aspek dari keuangan mikro. Interpretasi tersebut berhubungan dengan pihak lembaga penyedia jasa atau ukuran jasa kredit yang bisa disediakan dan berhubungan dengan pihak penerima kredit. Setiap elemen tersebut mengandung karakteristik mikro atau atribut ukuran kecil.

Berdasarkan pada jenis jasa yang diberikan, penyedia jasa maupun sistem peminjamannya, Mc Guire, et al. (1998) mengemukakan bahwa pembiayaan mikro adalah pemberian jasa-jasa keuangan terutama tabungan dan kredit kepada rumah tangga kurang mampu yang tidak mempunyai akses kepada lembaga keuangan formal. Sementara ADB (1998) mengemukakan bahwa pembiayaan mikro menyediakan jasa-jasa keuangan kepada nasabah yang berpenghasilan rendah, biasanya petani yang tidak mempunyai tanah atau penduduk kota yang miskin yang bekerja di sektor informal maupun untuk usaha kecil yang jumlah pekerjanya tidak lebih dari 5 orang yang beroperasi di rumah dan meliputi berbagai sektor dalam

ekonomi lokal. Jasa-jasa pembiayaan mikro yang diberikan berupa tabungan, pinjaman dan jasa lain misalnya asuransi. Penyedia jasa pembiayaan mikro antara lain sektor formal (sektor perbankan), lembaga semi formal (organisasi non-pemerintah maupun koperasi) dan organisasi penyedia jasa tabungan dan kredit informal lainnya (pelepas uang). Semuanya memberikan kredit berdasar pada pinjaman sistem individual maupun kelompok.

Lebih terperinci mengenai jasa yang disediakan, Gulli (1998) mengemukakan bahwa pembiayaan mikro adalah sebuah praktek yang melibatkan pemberian pinjaman kecil (beberapa ratus dollar) kepada peminjam tanpa jaminan konvensional. Jangka waktu pinjaman pendek, biasanya kurang dari dua tahun dan biasanya disyaratkan pinjaman digunakan untuk investasi pada kegiatan yang produktif misalnya untuk pertanian, perdagangan, kerajinan, atau proses industri lainnya. Tingkat suku bunga yang dibebankan biasanya lebih tinggi dari tingkat suku bunga komersial akan tetapi masih lebih rendah dibanding rentenir/pelepas uang.

Lembaga Kredit Mikro ditinjau posisinya dalam sistem keuangan adalah sebagai *intermediary* (ECD, 2000) antara bank (sektor formal) dengan sektor informal. Disebut *Micro-finance* karena nasabahnya beroperasi pada skala kecil (meskipun merupakan mayoritas dari jumlah penduduk).

Kecuali pemberian jasa-jasa keuangan kepada masyarakat berpenghasilan rendah, termasuk yang berusaha sendiri, dalam kapasitasnya sebagai *financial intermediary sector*, LKM dapat pula menjadi *social intermeditation* (Ledgerwood,

2000) seperti dalam pembentukan kelompok, pengembangan rasa percaya diri maupun pelatihan dibidang kemampuan manajemen dan keuangan diantara anggota dalam kelompok, serta ikut berperan dalam aktivitas kemanusiaan seperti pada terjadinya bencana alam maupun masa sesudahnya (Nagarajan, 1998), sehingga LKM merupakan suatu wahana pengembangan.

Aktifitas LKM biasanya melibatkan hal-hal seperti : 1) pinjaman dalam jumlah kecil, biasanya untuk modal kerja, 2) penilaian bersifat informal atas peminjam maupun nvestasi yang direncanakan, 3) melibatkan jaminan pengganti seperti *tanggung-renteng* maupun adanya ketentuan adanya tabungan wajib, 4) dapat memperoleh pinjaman yang lebih besar atas dasar pada kedisiplinan angsuran sebelumnya, 5) pencairan realisasi pinjaman yang bekesinambungan dan 6) penyelegaraan produk tabungan yang aman dan beberapa diantaranya jasa asuransi (Ledgerwood, 2000; Robinson, 2001). Walaupun banyak LKM yang menyediakan jasa pengembangan perusahaan seperti pelatihan ketrampilan dan pemasaran serta jasa-jasa sosial seperti pemberantasan buta huruf dan pemeliharaan kesehatan, namun ini semua pada umumnya tidak masuk dalam pengertian LKM (Ledgerwood, 2000).

LKM dapat berupa organisasi non-pemerintah, koperasi simpan pinjam, bank pemerintah, bank komersial ataupun lembaga keuangan bukan bank. Sementara nasabah LKM mempunyai karakteristik pengusaha yang berpenghasilan rendah baik di kota maupun di desa. Mereka adalah pedagang, penjual keliling,

petani kecil, penyedia jasa seperti tukang potong rambut, pengrajin, pengusaha kecil seperti pandai besi maupun penjahit wanita. Aktifitasnya biasanya menghasilkan suatu sumber (beberapa sumber) penghasilan yang stabil. Walaupun miskin, pada umumnya mereka tidak tergolong yang termiskin (Robinson, 2001).

Berkaitan dengan misi yang diemban LKM, Rock, Othero dan Saltzman (1998) menjelaskan bahwa LKM adalah suatu institusi yang mengkombinasikan misi sosial yakni pemberian jasa keuangan kepada masyarakat berpenghasilan rendah dengan tujuan komersial yang memacu institusi untuk mencapai *self-sufficiency*.

Dalam setiap proses pengambilan keputusan , LKM haruslah selalu mempertimbangkan dua tujuan jangka panjang, yakni *outreach* dan *sustainability* (Ledgerwood, 2000). *Outreach* adalah melayani mereka yang tidak ditangani oleh lembaga keuangan formal dan *sustainability* adalah kemampuan lembaga untuk terus hidup berkesinambungan dengan cara mengumpulkan pendapatan yang memadai guna menutup biaya operasional. Dengan demikian, LKM adalah suatu lembaga yang memberikan jasa keuangan dengan karakteristik sebagai berikut :

a. Karakteristik produk/jasa :

1. Jasa keuangan dalam skala kecil, biasanya berupa jasa pinjaman dan atau tabungan serta jasa asuransi
2. Jangka waktu pinjaman dalam jangka pendek (dalam mingguan, bulanan, atau jangka waktu maksimum sampai 2 tahun)



3. Mengenakan tingkat suku bunga yang lebih tinggi daripada tingkat suku bunga komersial

b. Karakteristik Nasabah

1. Pengusaha kecil berbasis rumah tangga atau masyarakat yang berpenghasilan rendah yang tidak mempunyai akses ke lembaga keuangan formal

2. Berlokasi di daerah geografis tertentu (Jansson, 2001)

c. Karakteristik Operasional

1. Pemberian pinjaman dilakukan kepada individu/kelompok
2. Penilaian kekayaan usaha dilakukan secara informal, biasanya didasarkan pada analisis *cash-flow* di lapangan
3. Sering melibatkan tanggung-renteng

d. Kepemilikan dan Misi

1. Biasanya dimiliki oleh Lembaga Keuangan formal (Bank Komersial, ataupun Bank lainnya) juga oleh Organisasi non pemerintah
2. Mempunyai misi ganda, sosial dan atau komersial

Dalam melakukan kegiatannya LKM mempunyai pendekatan yang berbeda satu sama lain. Beberapa LKM menyediakan jasa kredit, baik yang hanya semata-mata kredit saja atau jasa kredit dan jasa tabungan, dalam jumlah kecil dalam memenuhi kebutuhan golongan kurang mampu. Beberapa LKM menyediakan jasa

1407215

kredit kepada perorangan sedangkan LKM lain menyalurkan kredit melalui kelompok-kelompok nasabah binaan. Beberapa pihak menyatakan bahwa pendekatan pertama merupakan jenis pendekatan lama/kuno sedangkan pendekatan kedua dikategorikan sebagai pendekatan baru. Mengacu pada kesuksesan Grameen Bank yang melakukan pendekatan kelompok, paradigma terakhir dianggap sebagai suatu terobosan atau inovasi dalam bidang kredit mikro. Pendekatan pinjaman melalui kelompok kemudian menjadi fokus pengembangan dari LKM dewasa ini.

Kelompok sasaran dari LKM pada umumnya adalah mereka yang tergolong kurang mampu. Karena kebutuhan mereka akan kredit bemilai kecil, mereka kurang memperoleh atau bahkan tidak pernah menerima pelayanan kredit dari sektor perbankan formal. Ketiadaan perhatian dari pihak perbankan formal kemungkinan besar karena kurangnya minat perbankan formal melayani kredit kecil akibat tingginya biaya transaksi per unit kredit dan akibat kurangnya nilai agunan yang bisa disediakan oleh kelompok kurang mampu. Dilain pihak, kelompok kurang mampu juga merasa enggan berhubungan dengan pihak perbankan formal karena kesan mereka yang sudah terlanjur negatif terhadap perbankan formal.

Dalam penyediaan pelayanan jasa kredit kepada kaum miskin, LKM telah berkembang dengan pesat, bukan hanya sebagai suatu industri tetapi juga dalam hal kapasitas setiap LKM. Istilah mikro yang mengacu pada ukuran kemampuan keuangan lembaga tidak bisa lagi dipertahankan. Dengan demikian pada penelitian



ini Lembaga Kredit Mikro didefinisikan sebagai setiap lembaga kredit yang menyediakan pelayanan jasa kredit dalam nilai kecil kepada kaum miskin melalui kelompok atau individu terutama untuk membiayai kebutuhan bisnis. Mengingat bahwa kelompok ekonomi lemah mempunyai kapasitas ekonomi tergolong rendah, ukuran bisnis mereka juga dalam skala kecil yang juga membutuhkan jasa kredit dalam jumlah kecil. Definisi ini berdasarkan pada suatu kenyataan bahwa LKM tidak hanya merupakan agen ekonomi tetapi merupakan suatu lembaga yang dirancang guna menolong golongan ekonomi lemah.

Karena kaum miskin hampir tidak mempunyai akses sama sekali kepada sektor perbankan formal, kebutuhan dana mereka pada umumnya dipenuhi melalui berbagai alternatif sumber dana seperti melakukan pinjaman kepada teman, keluarga, tetangga atau kepada pelepas uang informal/rentenis. Memperoleh kredit dari pelepas uang berakibat tingginya beban bunga yang harus ditanggung, dan banyak peristiwa menunjukkan bahwa kaum miskin akhirnya terkurung dalam situasi perangkap-hutang (Fruin, 1999). Dalam situasi demikian seringkali aset mereka yang terbatas kemudian disita oleh pihak kreditor guna menutup kewajiban pelunasan kredit. Fenomena tingginya tingkat bunga yang harus dibayar oleh kaum miskin kepada para pelepas uang dibanding kelompok mampu kepada bank formal telah mendorong pemerintah melakukan intervensi pada pasar kredit mikro. Kebijakan pemerintah memasuki pasar kredit mikro dengan tingkat bunga lebih rendah diharapkan bisa menggantikan peranan para pelepas uang informal. Namun

apa yang diharapkan seringkali jauh dari kenyataan. Intervensi pemerintah di bidang kredit mikro tidak berhasil menghapuskan peranan para pelepas uang informal. Pada kenyatannya segmen tertentu pada pasar uang tidak mungkin bisa digantikan oleh perbankan formal. Segmen tersebut didominasi oleh kelompok kurang mampu. Dengan tetap eksisnya kegiatan para pelepas uang di pasar kredit mikro menyiratkan tetap berlangsungnya proses eksploitasi terhadap golongan ekonomi lemah.

Tingkat bunga tinggi, tekanan kebutuhan modal dan rendahnya kemampuan menabung merupakan ciri dari kondisi keuangan kaum ekonomi lemah. Kondisi tersebut merupakan situasi yang ideal bagi keberadaan LKM. Seluruh jasa yang disediakan oleh LKM ditujukan kepada kaum ekonomi lemah. Masuknya LKM pada pasar kredit mikro bukan hanya bertujuan menggantikan peranan para pelepas uang, tetapi yang lebih mendasar adalah memenuhi kebutuhan golongan ekonomi lemah akan pelayanan kredit, mendorong mereka pada kegiatan *income-generating*, menolong kaum miksin dan meningkatkan taraf hidupnya.

LKM adalah lembaga nir-laba yang dibentuk untuk membantu kaum ekonomi lemah dalam meningkatkan standar kehidupannya. Mereka bekerja tidak hanya dalam bidang ekonomi. LKM selain memberi pelayanan kredit dengan tingkat bunga yang lebih rendah daripada pelepas uang dan juga memberikan pelayanan lain seperti peningkatan kemampuan manajemen usaha dan ketrampilan yang sesuai dengan kondisi bisnis kaum ekonomi lemah. Dalam melakukan kegiatannya,

LKM memang berdasarkan pada paradigma nir-laba namun dengan prinsip tidak rugi. Walaupun tingkat bunga/biaya administrasi yang mereka peroleh lebih rendah daripada pelepas uang, namun besarnya bunga tersebut diperhitungkan untuk tetap bisa membiayai kegiatan operasional demi menjaga supaya lembaga tetap bisa berlangsung secara kesinambungan. Dengan demikian LKM bisa memberi kesempatan lebih luas bagi kaum ekonomi lemah dengan produktifitasnya yang pada umumnya rendah untuk menjadi anggota binaan/nasabah. Secara rata-rata tingkat bunga yang dikenakan oleh LKM kepada nasabahnya mempunyai besaran antara tingkat bunga pelepas uang dengan sektor perbankan formal.

Beberapa LKM terbaru menerapkan model pemberian kredit melalui pendekatan kelompok nasabah/binaan. Metode ini berbeda dengan LKM model lama, pelepas uang maupun sektor perbankan formal. LKM terbaru memberi bantuan kredit kepada anggota per individu berdasarkan keanggotaan individu tersebut dalam sebuah kelompok. Setiap orang yang membutuhkan kredit harus membentuk atau bergabung dalam kelompok-kelompok yang mempunyai karakteristik : terbentuknya secara mandiri; pemilihan anggota dan jumlah kredit yang diajukan ditentukan oleh kesepakatan kelompok, dan anggota kelompok mempunyai kesanggupan untuk *tanggung-renteng* .

2.1.2 Peranan Lembaga Kredit Mikro Dalam Penanggulangan

Kemiskinan

Lembaga Kredit Mikro (LKM) merupakan salah satu sarana penting untuk menanggulangi kemiskinan, terutama di negara yang sedang berkembang.

Keengganan sektor perbankan formal mengatasi masalah kemiskinan di pedesaan telah mendorong negara-negara sedang berkembang untuk melakukan upaya penanggulangan kemiskinan melalui pendekatan lembaga keuangan mikro (Huppi dan Feder, 1990; Holt dan Ribe, 1991). Penerapan pendekatan lembaga keuangan mikro juga disebabkan karena model ini relatif lebih mudah dilaksanakan dari pada program pengentasan kemiskinan lain seperti *land-reform* (Braverman dan Guasch, 1989). Keberhasilan LKM dalam mengatasi problem kemiskinan di negara sedang berkembang nampak dengan jelas pada kasus Grameen Bank di Bangladesh.

Model *Grameen Bank* (GB) adalah sebuah model kelembagaan kredit mikro yang diakui secara luas keberhasilannya oleh Bank Dunia dalam mengentaskan kemiskinan dan telah diterapkan di 40 negara (Khandker, 1995). Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Muhammad Yunus pada tahun 1976 di Bangladesh (Zain, 1998). Sampai dengan tahun 1998, jumlah anggota binaan Grameen Bank mencapai 2,33 juta rumah tangga yang tersebar di 38.551 desa dengan akumulasi pinjaman yang telah diberikan sebesar 2,40 miliar US dollar (Yunus, 1998). Di Indonesia, model ini kurang mendapat perhatian dari pemerintah pusat namun memperoleh tanggapan positif dari lembaga swadaya masyarakat

dengan dukungan lembaga-lembaga donor dan kreditor dari dalam dan luar negeri. Dua buah lembaga perintis metode Grameen Bank di Indonesia muncul pada awal tahun '90 an yaitu Proyek Karya Usaha Mandiri yang diprakarsai oleh Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dibawah naungan Bank Indonesia (1990) dan Yayasan Mitra Karya yang dipimpin oleh Prof. Djumilah Zain dari Universitas Brawijaya Malang (1993). Apabila Karya Usaha Mandiri beroperasi wilayah Bogor Jawa Barat, wilayah Mitra Karya tersebar di Jawa Timur (Malang, Blitar dan Ponorogo), Jawa Tengah (Kebumen) dan di Sumbawa Besar, Labuhan Badas dan Pulau Moyo di Propinsi Nusa Tenggara Barat (Mitra Karya, 2003). Pada awal tahun 2000 beberapa lembaga lembaga kredit mikro model Grameen Bank mulai bermunculan baik di Jawa maupun luar Jawa. Sampai akhir tahun 2003 di Indonesia terdapat 11 buah lembaga muncul yang tersebar mulai dari Medan (Pokmas Mandiri), DKI-Jakarta dan Jawa Barat (Yayasan Dharma Bakti Parasahabat, PALUMA, Alisa Khadijah, Yayasan Mitra Usaha), Solo (Bitra Karya Central Java Project), Grobogan (KSM Ridho Mukti), DI-Yogyakarta (BPR- Shinta Daya - Gunung Kidul, BPR Shinta Putera-Kulon Progo), dan Kalimantan Selatan (Yayasan Bangun Usaha Mitra-Banjarmasin, YDIS-Amuntai) (Gibbons, 2001).

Dalam menanggulangi problem kemiskinan, peranan LKM adalah memberi akses kredit yang merupakan faktor penting bagi golongan kurangn mampu untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan produksi, penghasilan dan kesejahteraan. Stiglitz (1990) menyatakan bahwa keberadaan lembaga kredit

formal yang berdampingan dengan kelangsungan kegiatan lembaga kredit informal membuktikan kegagalan sektor perbankan formal memasuki segmen pasar uang bagi kaum ekonomi lemah. Hal ini juga berarti bahwa sektor perbankan formal telah gagal membantu golongan kurang beruntung. Sebaliknya, keberhasilan Grameen Bank memperlihatkan bahwa LKM mempunyai kemampuan dan kapasitas untuk masuk pasar uang kelompok ekonomi lemah dengan memadai. Dengan masuknya LKM secara efektif ke dalam pasar uang bagi kaum miskin, para pelepas uang secara langsung maupun tidak langsung akan terpengaruh dan bisa tergeser perannya.

LKM informal (pelepas uang) sejak lama merupakan sumber pendanaan utama bagi kaum ekonomi lemah. Dengan tingkat bunganya yang tinggi, banyak pihak yang mengira bahwa LKM informal merupakan kegiatan yang monopoli dan bersifat eksploitatif. Oleh karena itu banyak pihak yang menginginkan agar peranan dan keberadaan LKM informal bisa dikurangi atau bahkan dihilangkan (Adams, Graham *et al.*, 1984). Namun demikian, Adams (1984) mengkritik pendapat yang demikian karena ia mempunyai keyakinan bahwa LKM informal tidak berada pada posisi memperoleh laba monopoli karena mereka kadang kala juga mengalami kerugian dalam melakukan bisnisnya.

Kelompok ahli dari Ohio State University yang berkonsentrasi dalam bidang pembiayaan kaum ekonomi lemah dan LKM, membela keberadaan LKM informal dan mengkritik lembaga-lembaga yang memberi jasa pelayanan kredit bai kaum

miskin dengan tingkat bunga rendah bersubsidi. Mekanisme pasar oleh mereka tetap dipercaya sebagai alat untuk mencapai efisiensi, termasuk dalam hal pembiayaan kredit. Menurut mereka tidak ada argumen yang menentang tingkat bunga tinggi karena semakin fleksibel tingkat bunga nominal akan semakin membuat imbang distribusi pendapatan, semakin efisien alokasi sumberdaya, semakin banyak produksi dan semakin mapan lembaga keuangan (Adams, 1984).

Fakta adanya LKM yang menerapkan konsesi tingkat bunga yang lebih rendah daripada tingkat bunga pasar, dengan asumsi bahwa pasar uang dikuasai oleh LKM informal yang monopolistik cukup lama menerima kritik. Kelompok Ohio meyakini bahwa tingkat bunga tinggi yang dikenakan oleh LKM informal tidak memberikan keuntungan ekonomi bagi kreditor karena tingginya biaya operasional yang harus ditanggung oleh pelaku pada pasar uang bagi kaum ekonomi lemah. Mereka juga menyatakan bahwa ketersediaan dana murah bukanlah faktor yang diperlukan oleh para petani dalam mengambil keputusan investasi. Keputusan melakukan investasi atau tidak berinvestasi tidak semata-mata ditentukan oleh faktor tingkat bunga tetapi juga ditentukan oleh faktor tingkat pengembalian kapital. Disamping itu, tingkat bunga hanya merupakan faktor kecil dalam struktur biaya modal. Masih banyak faktor lain yang mempengaruhinya. Apabila tingkat bunga diturunkan, penghasilan penyedia dana juga akan berkurang dan hal ini akan cenderung mengurangi minat penyediaan jasa kredit dan tabungan. Tingkat bunga

rendah cenderung menciptakan adanya konsentrasi kredit hanya tertuju kepada pihak ekonomi kuat.

Argumen mengenai transfer income melalui kredit murah juga tidak terbukti. Menurut *The Iron Law* oleh Gonzales-Vega (1976), plafond suku bunga dibawah suku bunga pasar hanya akan menyebabkan terkonsentrasinya pinjaman pada pentani-petani kaya. Argumen mengenai pengaruh biaya terhadap inflasi (*cost-push inflation*) juga tidak terbukti. Tingkat bunga tidak mempengaruhi kenaikan harga secara nyata karena ia hanya merupakan sebagian kecil dari porsi biaya produksi, dan harga produk pertanian tidak mempunyai hubungan yang kuat dengan tingkat harga umum. Sebaliknya, tingkat bunga yang tinggi justru akan mendorong kenaikan deposito.

Kritik utama dari kelompok Ohio dikemukakan oleh Besley (1994) yaitu : tingkat bunga konsesi menciptakan alokasi sumberdaya yang tidak optimal; hal ini menciptakan konsentrasi kredit hanya untuk golongan ekonomi kuat yang pada gilirannya akan menyebabkan tidak terciptanya kesinambungan program.

Walaupun kelompok Ohio mengkritik penerapan tingkat bunga konsesi, mereka tidak mengabaikan peranan yang penting dari LKM sebagai sumber dana bagi kaum miskin. Pemerintah di seluruh dunia tetap percaya bahwa intervensi pemerintah melalui penyediaan kredit bersubsidi merupakan unsur penting dalam strategi program anti kemiskinan. Pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan ekonomi secara keseluruhan, termasuk peningkatan

kesejahteraan kaum miskin dan menciptakan distribusi pendapatan yang lebihimbang. Walaupun LKM bukanlah program pemerintah semata-mata, dukungan terhadap pemberdayaan kaum miskin dan strategi tingkat bunga konsesi tetap diperlukan guna meningkatkan penghasilan kaum ekonomi lemah. Paling tidak terdapat 4 alasan yang bisa dikemukakan mengapa pendekatan tingkat bunga bersubsidi diperlukan untuk menolong kaum miskin :

1. Tingkat bunga kredit yang tinggi yang diterapkan oleh para pelepas uang merupakan beban berat bagi golongan ekonomi lemah. Dengan adanya fakta bahwa kelompok ekonomi kuat menerima tingkat bunga rendah sementara kaum miskin dikenakan tingkat bunga tinggi akan memperburuk distribusi pendapatan.
2. Penerapan tingkat bunga konsesi memang akan mengakibatkan terkonsentrasinya dana pinjaman pada kelompok kaya apabila tidak ada ketentuan arah kredit yang disalurkan. Bila arah kredit yang disalurkan ditargetkan hannya kepada kelompok sasaran kaum miskin, kecenderungan diatas bisa dihindari. LKM tidak melayani pasar uang secara umum namun ia hanya menyediakan kredit bagi kelompok masyarakat kurang mampu.
3. Tingkat bunga konsesi akan menurunkan tingkat efisiensi, namun ia juga akan memperluas kesempatan kerja dan menambah kegiatan ekonomi. Pembangunan tidak hanya memerlukan efisiensi alokasi sumberdaya ekonomi namun juga membutuhkan proses penciptaan pasar (Arndt, 1988).

4. Karena informasi pasar yang tidak sempurna, tidak hanya pelepas uang yang mempunyai informasi atas para peminjam, mereka juga mempunyai kekuatan pasar dan bertindak sebagaimana monopolist. Dalam hal ini pasar akan efisien apabila sebagian faktor penyebab diskriminasi harga terhadap konsumen dikurangi (Besley, 1994). Masuknya lembaga lain ke dalam pasar kredit merupakan faktor penting untuk mematahkan monopoli. Kompetisi harga akan menguntungkan konsumen/nasabah secara keseluruhan.

Peranan LKM dalam membantu upaya pengentasan kemiskinan banyak memperoleh pengakuan dari berbagai pihak. Opportunity International Kingdom (dalam Surjandari, 2004) menyatakan bahwa LKM adalah solusi bisnis untuk mengatasi masalah kemiskinan global. Gagalnya proses *trickle down* yang berakibat pada bertambahnya tingkat kemiskinan telah memberi ruang bagi munculnya kesadaran akan pentingnya campur tangan langsung untuk mengurangi tekanan kemiskinan (World Bank Development Report, 1990). Dalam pendekatan ini upaya menurunkan tingkat kemiskinan yang berkesinambungan dapat dicapai dengan strategi ganda, yaitu dengan meningkatkan produktifitas si miskin sekaligus penyediaan jasa-jasa sosial yang mendasar bagi mereka. Lembaga Krdit Mikro dipandang sebagai suatu alat penting untuk meningkatkan produktifitas si miskin dengan memusatkan perhatian kepada kegagalan di pasar kredit maupun memanfaatkan peluang pasar. Tidak hanya sekedar penyediaan jasa-jasa keuangan bagi usaha mikro

dan rumah tangga miskin, tetapi sebuah strategi untuk menurunkan tingkat kemiskinan dengan cara yang benar (Mc Guire, et al, 2000).

Meningkatnya respon akan kepentingan untuk mengatasi masalah kemiskinan tidak hanya dalam wilayah lokal tetapi juga meliputi wilayah dunia. Hal ini disebabkan oleh hal-hal antara lain : 1) Karena hal ini tidak hanya masalah moral akan tetapi lebih kepada masalah dunia dimana kita tinggal dan melakukan usaha, 2) jumlah absolut masyarakat miskin dunia yang demikian besar memerlukan tingkat perbaikan yang lebih tinggi dalam upaya pengentasan kemiskinan, 3) bahwa globalisasi yang cenderung menciptakan suatu masyarakat global, sehingga setiap keputusan tentang masalah lokal harus memasukkan dimensi global dalam pertimbangannya dan 4) alasan stabilitas global, karena kemiskinan apabila dibiarkan akan menyebabkan konflik sosial yang biasanya menghabiskan biaya dalam jumlah yang lebih besar (Sumodiningrat, 1999).

Pengentasan kemiskinan memerlukan banyak cara (Khandker, 2001) antara lain makanan, tempat tinggal, pekerjaan, kesehatan dan keluarga berencana, jasa-jasa keuangan, pendidikan, prasarana, pasar maupun komunikasi. Pemerintah dan sektor keuangan mempunyai peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah kemiskinan. Pemerintah bertanggung jawab terhadap program-program yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat miskin dan bertanggung jawab untuk menciptakan kondisi

yang kondusif bagi pertumbuhan LKM melalui berbagai kebijakan yang tertuang dalam berbagai peraturan. Sumodiningrat (1999) menyatakan bahwa untuk menciptakan efektifitas program-program pengentasan kemiskinan dan optimalisasi penggunaan sumber daya, terdapat lima prinsip yang harus memperoleh prioritas yaitu :

- a. Sasaran yang lebih baik/tepat untuk menjamin bahwa pengaruh yang lebih besar dan distribusi yang wajar atas *development gains* dapat dicapai.
- b. Mekanisme transmisi yang lebih baik untuk menjamin ketepatan bantuan/jasa yang diberikan.
- c. Mekanisme penerimaan yang lebih baik yang berarti bahwa mereka yang memerlukan dana akan menerima dan mengelolanya dengan benar.
- d. Perputaran dana yang lebih baik, sehingga dana tersebut dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih banyak bagi masyarakat.
- e. Pengawasan yang lebih baik, dimana perlu dan memungkinkan untuk mengetahui dengan pasti dimana yang membutuhkan atau potensial memerlukan ataupun masalah-masalah yang masih menimbulkan kesulitan.

Agar program pengentasan kemiskinan mencapai hasil yang diinginkan, adalah sangat perlu untuk menentukan kriteria guna mengidentifikasi kelompok masyarakat yang tergolong dalam kelompok masyarakat kurang mampu. Sangat mudah mendefinisikan kemiskinan secara makro, akan tetapi belum ada suatu definisi yang obyektif secara mikro (Garson, 1994).

Khandker membuat definisi secara operasional sebagai berikut : seseorang disebut miskin karena ia berada dalam keadaan miskin dalam hal materi dan sumberdaya manusia. Penjabaran lebih lanjut dari definisi ini dilakukan secara relatif dengan menentukan kriteria ukuran kesejahteraan individu berupa pengeluaran rumah tangga per kapita sebagai garis kemiskinan (Garson, 1994). Kelompok dengan pengeluaran dibawah kriteria ini dikatakan sebagai kelompok masyarakat miskin.

Dengan menekankan pada komponen keuangan, masyarakat miskin dapat dikelompokkan dalam tiga lapisan yaitu : "*extremely poor people*" (masyarakat paling miskin), "*economically active poor*" (masyarakat miskin yang masih aktif secara ekonomi) dan "*lower middle income*" (kelompok masyarakat berpenghasilan menengah bawah) (Robinson, 2001). Secara umum dikatakan bahwa *extremely poor people* adalah mereka yang hidup dengan kurang dari 75 sen per hari atau kalau menggunakan data BPS (2000) untuk tahun 1999 sebagai garis kemiskinan adalah sebesar Rp 89.845 ,- untuk perkotaan dan Rp 60.420,- untuk pedesaan per kapita per

bulan, sedangkan mereka yang dapat memenuhi kebutuhan nutrisi minimal, tempat tinggal dan kesehatan akan masuk kategori "*economically active poor people*" atau "*entrepreneurial poor*" (Garson, 1994). Bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan relatif mapan, dengan standar kesehatan tertentu, nutrisi, pendidikan relatif lebih tinggi serta memiliki sejumlah harta tetap dan sejumlah kecil investasi termasuk dalam kategori "*lower middle income*".

Pemerintah berperan dalam pemenuhan kebutuhan pokok kepada kelompok *extremely poor people* (Robinson, 1997) sedangkan sektor keuangan berperan dalam penyediaan jasa-jasa keuangan kepada dua kelompok di atasnya. Kecuali berperan dalam pemenuhan kepada kebutuhan pokok kepada *kelompok extremely poor people* dalam konteks sistem keuangan liberal, pemerintah mempunyai bermacam-macam tugas sehubungan dengan LKM, antara lain menciptakan suatu lingkungan yang kondusif bagi industri LKM sehingga tidak terjadi kegagalan pasar dalam sistem keuangan (Lapenu, 2000). Penciptaan lingkungan kondusif tersebut antara lain adalah bagaimana memilih suatu pendekatan yang cocok dan sesuai dengan tujuan. Bagi sektor keuangan, menterjemahkan sektor usaha mikro dan rumah tangga miskin adalah mereka yang termasuk dalam kategori *economically active poor* dan *lower middle income*.



Kecuali batas bawah masyarakat miskin, penentuan rentang kelompok ini juga ditentukan batas atas. Tidak terdapat batasan yang jelas mengenai hal ini. Hanya menurut Robinson (2001) kelompok teratas dari masyarakat ini adalah *lower middle income* yang tidak mempunyai akses ke lembaga keuangan formal . BPS (2000) mengategorikan usaha mikro adalah usaha yang terdiri atas 5 orang pekerja (Bank Dunia : < 15 orang) termasuk anggota keluarga yang tidak dibayar. Sementara menurut Bank Indonesia, yang disebut usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin, dimiliki oleh keluarga, sumberdaya lokal dan teknologi sederhana.

Konseptualisasi kemiskinan tersebut diatas membawa suatu kejelasan dalam pengertian tentang bagaimana mengentaskan kemiskinan. Pengentasan kemiskinan dengan demikian dapat dilakukan dengan cara bagaimana penghasilan masyarakat di bawah garis kemiskinan dapat ditingkatkan dan bahwa tingkat pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat tersebut bisa lebih tinggi daripada sebelumnya. Kebijakan pengentasan kemiskinan dengan demikian haruslah menentukan cara-cara atau alat yang dipakai untuk : 1) meningkatkan penghasilan masyarakat miskin dan 2) meningkatkan pemenuhan kebutuhan pokoknya.

Secara teoritis LKM dipandang sebagai alat bagi upaya pengentasan kemiskinan. Dengan jasa keuangan yang diberikan (kredit) memungkinkan



LKM untuk meningkatkan produktifitas rata-rata usaha mikro dan rumah tangga miskin. Peningkatan ini akan mempunyai harapan untuk mengangkat kaum miskin dari bawah garis kemiskinan.

Dari berbagai kajian empiris yang mencoba mengkaitkan LKM dan usaha pengentasan kemiskinan menunjukkan bahwa LKM dapat berperan dalam upaya penanggulangan kemiskinan melalui cara meningkatkan konsumsi dan pendapatan rumah tangga miskin dan berpengaruh pula pada kesejahteraan sosial (Robinson, 2001).

Beberapa penelitian tentang pengaruh LKM dalam pengentasan kemiskinan memang menunjukkan suatu hasil positif (Sebstad, et al, 1996), dimana temuan tersebut telah digunakan sebagai argumentasi bahwa meningkatkannya *financial sustainability* dapat dicapai secara bersamaan dengan peningkatan pengaruh pada usaha penanggulangan kemiskinan.

Namun agaknya temuan tersebut tidak begitu kuat mengingat bahwa studi tersebut hanya dilakukan pada sejumlah kecil LKM dan hanya berdasarkan kepada data yang dapat dikumpulkan saja (Woller, et al. 1999).

2.1.3 Pendekatan Lembaga Kredit Mikro

Dalam peranannya sebagai alat penanggulangan kemiskinan dan pemberdayaan usaha kecil, LKM bisa dikelompokkan menjadi dua menurut pendekatan dan strategi yang digunakan yaitu : 1) pendekatan Institusi sebagai

penganut faham *institutionalist* dan 2) pendekatan kesejahteraan sebagai penganut aliran *welfarists*. Perbedaan pendekatan ini mencul secara tajam pada dekade tahun 90 an setelah keberadaan LKM menjadi sebuah fenomena dunia.

Oleh Robinson (2001) dan Gulli (1998), pendekatan institusi jugas disebut dengan istilah *financial system approach*, sedangkan Garson (1994) menyebutnya dengan istilah *income generating approach*. Sedangkan untuk pendekatan kesejahteraan, Robinson (2001) dan Gulli (1998) menyebutnya *the poverty lending approach*, sedangkan Garson (1994) menyebutnya sebagai *the new minimalist approach* (dalam Surjandari, 2004).

2.1.3.1 Pendekatan Institusi (*Institutionalists*).

Pendekatan ini menekankan pada penciptaan suatu lembaga keuangan dalam melayani nasabah yang belum atau tidak dijangkau oleh sistem keuangan formal. Menurut Woller (Woller et al. 1999 dalam Surjandari, 2004) secara spesifik, pendekatan ini menekankan pada :

1. Pencapaian *financial self sufficiency*
2. *Breadth of outreach*
3. Mengedepankan *depth of outreach*
4. Anggapan adanya pengaruh positif bagi nasabah dan perhatian kepada nasabah hanya sebatas pada kemampuannya membayar kembali pinjaman

Pendekatan ini berpendapat bahwa tujuan utama LKM adalah pada penciptaan sistem intermediasi keuangan yang terpisah bagi masyarakat miskin, yakni suatu pendekatan *financial system*.

Dengan latar belakang bahwa permintaan akan jasa LKM adalah sebanding dengan tingkat kemiskinan, maka skala LKM adalah sangat penting. Aliran institutionalist mempunyai keyakinan bahwa keberhasilan penurunan tingkat kemiskinan membutuhkan skala usaha yang sangat besar (Woller, et al., 1999) dan implementasinya berdasarkan pada kaidah jumlah yang besar (Garson, 1994).

Penganut faham institutionalist berpendapat bahwa mereka yang berpartisipasi pada program LKM adalah karena adanya keyakinan bahwa mereka akan memperoleh manfaat dari jasa yang disediakan LKM. Dengan demikian, semakin besar cakupan, semakin meluas sebaran pelayanan, maka semakin besar manfaat yang akan diperoleh masyarakat secara keseluruhan. Untuk itu demi kelangsungan manfaat yang bisa disediakan, LKM harus bisa bertahan hidup lebih lama. Dengan demikian, dua aspek yang penting sebagai ukuran dan evaluasi terhadap LKM adalah *outreach* dan *sustainability* (Yaron, 1999; Gonzales-Vega, 1997 dalam Kaluge, 2001).

Outreach, dari sudut pandang LKM adalah mengacu pada banyaknya jenis pelayanan keuangan yang bisa disediakan bagi sejumlah besar orang miskin atau dari sisi masyarakat, *outreach* adalah mengacu pada nilai manfaat sosial dari jasa yang disediakan oleh LKM. Dengan demikian pada *outreach* terdapat tiga aspek

yang saling terkait yaitu : 1) jasa yang disediakan sebagai output dari LKM (termasuk kualitas jasa), 2) proses penyampaian jasa kepada kaum miskin (termasuk biaya yang dibebankan kepada nasabah, jumlah nasabah yang dilayani dan seberapa jauh jasa kredit telah mencapai kelompok paling miskin di masyarakat), dan 3) apresiasi kelompok kurang mampu terhadap jasa LKM (bisa nampak pada aspek lamanya menjadi anggota binaan dan kedisiplinan membayar angsuran) (Kaluge, 2001).

Semakin besar jumlah nasabah, semakin tinggi *the breadth of outreach* dari suatu LKM. *Breadth of outreach* tidak hanya tergantung pada kemampuan finansial lembaga tetapi juga pada biaya operasional. Semakin besar kemampuan keuangan suatu LKM, semakin miskin nasabah yang bisa dilayani.

Pendekatan ini juga menjelaskan bahwa apabila industri berada pada masa transisi menuju pada " *profit organization* " , untuk mempercepat proses tersebut industri bisa mengadopsi suatu praktek-praktek yang terbaik yakni suatu praktek yang meningkatkan efisiensi dan efektifitas di semua bidang. Praktek terbaik ini merupakan tahapan penting untuk mencapai *financial self sufficiency*, akses yang lebih luas ke pasar modal dan pencapaian sejumlah besar nasabah.

Berdasarkan pada karakteristik khusus yang mendasari, maka pendekatan institutionalist menyatakan bahwa investor adalah termasuk dalam katagori " *financial investor* " atau " *commercialization of microenterprise finance* ". Oleh karena itu LKM dianggap berhasil apabila dapat memenuhi harapan pemiliknya,



yakni " *the highest profitability* " sehingga ketertarikan investor pada industri ini akan muncul kalau disana terdapat " *potential profit* ".

Berkaitan dengan adanya misi ganda, pendekatan ini tentu lebih mempertimbangkan kepentingan investor dibanding pencapaian *the depth outreach* yang hanya merupakan efek sampingan saja dari kegiatan lembaga.

2.1.3.2 Pendekatan Kesejahteraan (*Welfarists*).

Penganut faham kesejahteraan kurang menaruh minat terhadap kinerja lembaga. Kaum *welfarists* lebih tertarik untuk menjawab pertanyaan sejauh mana nasabah kaum miskin bisa memperoleh manfaat dari keberadaan jasa LKM. Dengan demikian pendekatan kesejahteraan lebih mengutamakan pada kesejahteraan nasabahnya daripada kinerja keuangan lembaga. (Woller, Dunford et al, 1999).

Kredit sebagai alat pemberdayaan ekonomi nasabah mempunyai biaya berupa bunga pinjaman atau disebut juga biaya administrasi. Pendekatan ini secara implisit berdasarkan pada " *the rule of capital budgeting* ", yakni kredit hanya dapat membiayai aktifitas yang memberikan penghasilan melebihi tingkat suku bunga pinjaman (Garson, 1994). Tingkat bunga pinjaman yang tinggi oleh karena itu akan mendorong nasabah untuk melakukan kegiatan dengan tingkat keuntungan yang lebih tinggi. Hukum ini mempunyai implikasi penting dalam penggunaan kredit sebagai instrumen pengentasan kemiskinan. Di negara-negara berkembang

tingginya tingkat suku bunga pinjaman mengakibatkan bias dalam kaitannya dengan pembiayaan kegiatan-kegiatan yang memberikan hasil yang tinggi. Dalam jangka panjang, hal ini akan mempengaruhi pertumbuhan keseluruhan dalam pembangunan ekonomi dengan cara yang positif, namun dalam jangka pendek hanya aktifitas ekonomi dengan keuntungan tinggi yang hidup atau munculnya aktifitas perdagangan. Kegiatan ekonomi semacam ini pada umumnya hanya memberikan pengaruh akhir yang negatif. Para pelaku pendekatan ini mengajukan jawaban atas masalah ini dengan subsidi. Namun demikian, pemberian subsidi akan mengakibatkan LKM terisolasi dari sistem keuangan lokal (Robinson, 2001).

Tujuan utama pendekatan ini adalah untuk membantu supaya usaha kecil dan rumah tangga miskin dapat memberdayakan diri mereka sendiri dengan mencari kegiatan ekonomi yang mendatangkan penghasilan (Garson, 1994). Dalam operasionalnya pendekatan ini melibatkan baik *selfish investor* maupun *social investor*.

Keberhasilan mencapai sasaran untuk pendekatan kesejahteraan diukur melalui jumlah dan tingkat ekonomi nasabah yang dilayani. Semakin banyak dan semakin rendah tingkat ekonomi nasabah, semakin baik kinerja LKM yang bersangkutan.

Beberapa lembaga menerapkan pendekatan kesejahteraan dan berhasil menjangkau usaha kecil dan rumah tangga miskin dengan sumber dana dari donor dan subsidi pemerintah (Woller, et al, 1999). Mereka berhasil membantu

nasabahnya untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan penghasilan tanpa mengorbankan tingkat angsuran ataupun kesinambungan lembaga. Dengan kata lain *profitability* dan *client coverage* dapat dicapai dalam waktu yang bersamaan (Rock, et al, 1998).

Pendekatan institusi berpendapat bahwa walaupun pendekatan kesejahteraan mengalami kesuksesan, namun secara keseluruhan hanya dapat menjangkau sejumlah kecil permintaan akan jasa LKM. Pendekatan kesejahteraan tidak cocok untuk membangun industri kredit mikro dengan skala global (Robinson, 2001). Akan tetapi industri jasa keuangan di banyak negara adalah tersegmentasi dimana setiap bnak, lembaga keuangan ataupun organisasi sejenis lainnya mempunyai nasabah, pangsa pasar, dan metode sendiri serta mempunyai hubungan dengan lembaga - lembaga lain (ECD, 2001). Terdapat suatu keadaan berupa meningkatnya kesadaran para praktisi bahwa analisis sistem keuangan haruslah memasukkan elemen-elemen non ekonomi seperti : perbedaan sosial, peran gender, kekuatan hubungan, penghargaan, pentingnya kepercayaan, uang dan waktu, serta solidaritas sosial dan sebagainya (ECD, 2001).

Ketepatan sasaran program pengentasan kemiskinan haruslah diukur secara menyeluruh, yakni pengukuran kinerja kelembagaan dan pengukuran pengaruh dari program tersebut terhadap nasabahnya (Sumodiningrat, 1999). Ketepatan tersebut haruslah mempertimbangkan tujuan jangka pendek sekaligus tujuan jangka penjangnya (Garson, 1999).



2.2 Persepsi dan Kepuasan Konsumen

2.2.1 Persepsi Konsumen

Persepsi adalah proses bagaimana konsmen menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli untuk membuatnya mengerti (Assael, 1998 dalam Haryono, 2003). Kanuk (2000) memberikan definisi persepsi adalah sebagai proses bagaimana seorang individu menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli kedalam suatu yang penuh dengan arti dan gambar yang masuk akal dari dunia (dalam Haryono, 2003). Definisi persepsi menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu (Kamus Bahasa Indonesia, 1994). Secara formal persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasi stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Simamora, 2002). Stimuli adalah setiap input yang dapat ditangkap oleh indera seperti produk, kemasan, merk, iklan, harga dan lain-lain.

Stimuli dapat dibedakan menjadi dua tipe yaitu tipe pertama adalah stimuli fisik yang datang dari lingkungan sekitar sedangkan tipe kedua adalah stimuli yang berasal dari dalam diri si individu itu sendiri dalam bentuk predeposisi, seperti harapan/ekspektasi, motivasi dan pembelajaran yang didasarkan pada pengalaman sebelumnya. Kombinasi keduanya menghasilkan gambaran yang bersifat pribadi. Persepsi seorang berbeda untuk realitas yang sama karena ada perbedaan dalam *perceptual selection*, *perceptual organization* dan *perceptual interpretation*.



1. Perceptual Selection.

Secara alamiah otak menggerakkan panca indera untuk menyeleksi stimuli.

Stimuli yang dipilih tergantung dua faktor yaitu :Secara alamiah, otak menggerakkan panca indera untuk menyeleksi stimuli untuk diperhatikan .

Stimuli yang dipilih tergantung dua faktor yaitu faktor personal dan faktor stimulus.

a. Faktor Personal, meliputi :

- Pengalaman. Orang cenderung memperhatikan stimuli yang berkaitan dengan pengalamannya
- Kebutuhan. Orang cenderung memperhatikan stimuli yang berhubungan dengan kebutuhan saat ini.
- Pertahanan Diri. Orang akan melihat apa apa yang ingin dilihat dan melewati apa yang tidak ingin dilihat.
- Adaptasi. Semakin beradaptasi seseorang dengan suatu stimuli, akan semakin kurang ia memperhatikan stimuli tersebut. Perhatian seseorang akan lebih tinggi terhadap stimuli yang unik.

b. Faktor Stimulus, stimulus yang kontras yaitu yang lain dari sekelilingnya, lebih mungkin untuk mendapatkan perhatian. Kontras dapat diciptakan melalui :

- Ukuran, besar untuk surat kabar, kecil untuk telepon selular.
- Warna, merah/biru beda dengan yang lain.



- Posisi, tempat strategis
- Keunikan, sifat yang lain dari yang lain.

2. Perceptual Organization.

Setiap orang melakukan pengorganisasian terhadap stimuli dalam tiga bentuk yaitu :

- a. Figur dan latar belakang. Figur memperoleh porsi dominan dalam mendapat perhatian dibanding latar belakang.
- b. Pengelompokan. Orang-orang cenderung melakukan pengelompokan terhadap stimuli yang diterima sehingga mereka dapat membentuk kesan atau gambaran yang seragam. Tujuannya adalah untuk mempermudah interpretasi.
- c. Penyelesaian. Setiap orang memiliki kecenderungan untuk menyelesaikan. Kecenderungan ini tercermin dari usaha untuk mengorganisasikan persepsi sehingga terbentuklah gambaran yang lengkap.

3. Perceptual Interpretation.

Interpretasi adalah proses memberikan arti kepada stimuli sensoris. Kedekatan interpretasi seseorang dengan realitas tergantung pada kejelasan stimulus, pengalaman masa lalu serta motivasi dan minat orang tersebut pada saat pembentukan persepsi.



Persepsi adalah dasar untuk memahami perilaku, karena ia merupakan alat dengan mana rangsangan (stimuli) mempengaruhi seseorang atau suatu organisme. Suatu rangsangan yang tidak dirasakan tidak akan berpengaruh terhadap perilaku. Suatu kunci lain adalah bahwa orang berperilaku berdasarkan apa yang dirasakannya dan bukan apa yang sesungguhnya.

Persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologis.

2.2.2 Hubungan Antara Kepuasan, Kesetiaan Konsumen dan Keuntungan Perusahaan.

Menurut Philip Kotler konsumen adalah *value-maximizers*, artinya konsumen selalu menginginkan produk yang bisa memberikan nilai atau tingkat kepuasan paling tinggi. Konsumen mempunyai ekspektasi/harapan atas produk yang mereka konsumsi. Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul atas persepsinya terhadap suatu produk. Konsumen akan memperoleh kepuasan apabila produk tersebut berkualitas tinggi yaitu jika persepsi konsumen terhadap nilai produk yang dikonsumsi sesuai atau lebih tinggi daripada ekspektasi atau harapannya. (Kotler, 2003).

Tingkat kepuasan konsumen pada hakekatnya adalah cerminan dari derajat kualitas barang/jasa. Menurut Cyndee Miller definisi kualitas barang/jasa adalah :



seluruh ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mempunyai kemampuan memenuhi harapan/keinginan konsumen baik yang tersurat maupun yang tersirat (Miller, 1993). Menggarisbawahi pendapat Miller, Kotler menyatakan bahwa barang/jasa yang mempunyai kualitas tinggi adalah barang/jasa yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Kotler 2003). Dengan demikian pembahasan mengenai kepuasan konsumen adalah identik dengan pembahasan mengenai kualitas barang/jasa.

Pada hakekatnya mengkonsumsi jasa tidak berbeda dengan mengkonsumsi barang, walaupun Gronroos memberi istilah yang berbeda yaitu dengan istilah *output consumption* untuk kegiatan mengkonsumsi barang dan *process consumption* untuk aktivitas mengkonsumsi jasa (Gronroos, 2000). Menurut Lovelock, elemen penting dalam mengkonsumsi jasa adalah waktu. Untuk jasa bank misalnya, pihak perbankan meminjamkan dana kepada debitur dengan konsekuensi adanya *opportunity cost* yaitu dana tersebut selama periode waktu peminjaman tidak bisa digunakan untuk alternatif lain. Disini peminjam dana adalah pihak konsumen jasa yang mengkonsumsi waktu atas dana yang disediakan oleh pihak bank (Lovelock, 2001).

Pandangan Kotler mengenai keterkaitan antara harapan/ekspektasi dengan kepuasan konsumen atas produk yang dikonsumsi mempunyai kesamaan dengan pendapat Christopher Lovelock dalam hal jasa. Menurut Lovelock, konsumen membeli jasa tertentu adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan spesifik, dan

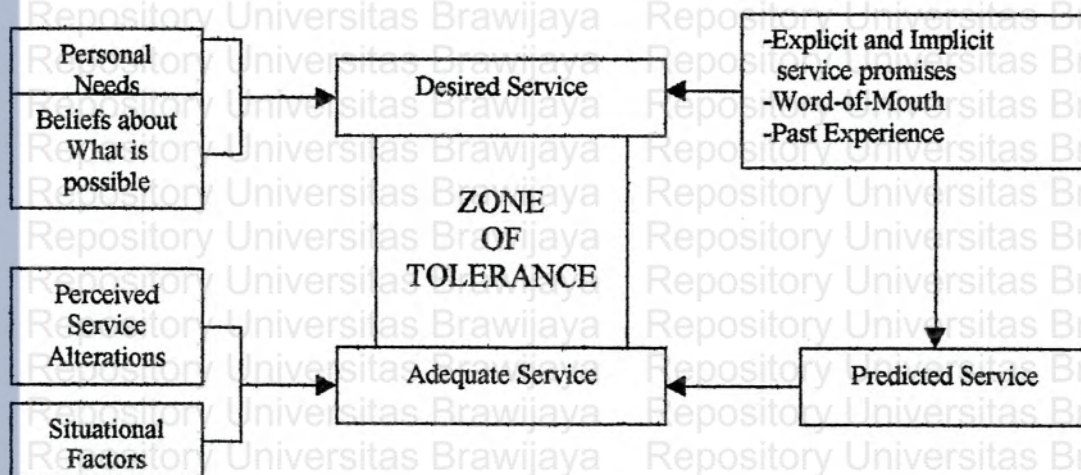


mereka melakukan evaluasi mengenai manfaat dari jasa yang telah dibelinya berdasarkan atas apa yang mereka harapkan. Sebelum membeli dan mengonsumsi suatu jasa, konsumen telah mempunyai standar tertentu yang menjadi ekspektasi atau harapannya. Dengan memperbandingkan antara harapan dan manfaat yang diperoleh, terbentuklah penilaian konsumen atas jasa tersebut. Hasil penilaian disebut *negative disconfirmation* apabila manfaat jasa lebih rendah dari pada harapan; disebut *simple confirmation* bila manfaat jasa sama seperti yang diharapkan; dan disebut *positive disconfirmation* apabila manfaat jasa lebih tinggi daripada yang diharapkan (Lovelock, 2001).

Dari uraian diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa dengan berlandaskan paradigma konfirmasi dan diskonfirmasi atas ekspektasi dengan kinerja produk, tingkat kepuasan konsumen bisa dideteksi dan tingkat kualitas barang atau jasa bisa diketahui.

Berdasarkan hasil penelitian Zeithaml, Berry dan Parasuraman, Lovelock mengemukakan bahwa ekspektasi/harapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi mengandung beberapa elemen yang berbeda yaitu *Disired Service*, *Adequate Service*, *Predicted Service* dan *Zone of Tolerance*. Keterkaitan antara elemen-elemen tersebut nampak pada model dibawah ini :

Factors That Influence Service Expectations



Sumber : Lovelock, 2001

Disired Service adalah tipe service yang diharapkan konsumen, yaitu suatu kombinasi antara apa yang konsumen percaya bisa diperoleh dengan apa yang mestinya harus diperoleh. Ekspektasi konsumen pada tingkat ini merupakan ekspektasi yang paling tinggi. Namun demikian pada umumnya konsumen cukup realistis dan memahami bahwa produsen jasa tidak selalu bisa memenuhinya. Oleh karena itu konsumen juga mempunyai batas bawah dari ekspektasinya yang disebut dengan istilah *Adequate Service* (yaitu harapan minimal dari konsumen tanpa ia merasa kecewa). Tingginya level ekspektasi *Desired service* dan rendahnya level harapan *Adequate Service* mencerminkan janji-janji dari produsen jasa, komentar dari mulut-ke-mulut, dan pengalaman konsumen di masa lalu.

Predicted Service adalah tingkat ekspektasi yang diantisipasi bakal diperoleh konsumen dimana levelnya akan naik atau turun tergantung padaantisipasi konsumen. Level *predicted service* naik apabila konsumen mengantisipasi pelayanan jasa yang akan diperolehnya adalah baik dan akan turun apabila konsumen mengantisipasi sebaliknya. *Predicted service* juga mencerminkan pengalaman konsumen, komentar dari mulut-ke-mulut dan janji produsen jasa.

Zone of Tolerance adalah derajat kesediaan konsumen untuk menerima variasi kualitas pelayanan suatu jasa tertentu tanpa merasa berkurang kepuasannya atau luasnya suatu wilayah dimana konsumen tidak memperlakukan kinerja sebuah pelayanan jasa. Konsep mengenai *Zone of Tolerance* muncul karena karakter kualitas jasa tidak bisa selalu stabil walaupun diproduksi dan dilayani oleh perusahaan atau personil yang sama.

Mengacu pada model diatas, luasnya wilayah *Zone of Tolerance* tergantung pada level *Desired service* dan *Adequate service* yang keduanya antara lain dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya (Lovelock, 2001). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin lama seorang konsumen menjadi pelanggan jasa tertentu, semakin banyak pengalaman konsumen mengenai pelayanan jasa tersebut dan semakin luas wilayah toleransinya.

Walaupun derajat kepuasan konsumen bisa berubah-ubah sesuai persepsinya terhadap kinerja produk, namun studi empirik membuktikan bahwa



faktor kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan dan pada gilirannya berdampak pada kinerja perusahaan.

Menurut Philip Kotler, hubungan antara kepuasan konsumen dengan kesetiaan tidak berupa hubungan yang proporsional. Bagi konsumen dengan katagori "kurang puas", mereka cenderung meninggalkan perusahaan dan bahkan menyiarkan keburukan perusahaan; bagi konsumen dalam katagori "cukup puas" walaupun tidak akan menyiarkan keburukan perusahaan namun mereka cenderung mudah pindah pada perusaah lain yang memberikan kepuasan lebih tinggi. Hanya konsumen dengan katagori "sangat puas" yang cenderung akan menjadi pelanggan setia (Kotler, 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Jones dan Sasser pada perusahaan Xerox menemukan fakta bahwa konsumen pada katagori "sangat puas" mempunyai probabilitas 6 kali lebih besar untuk membeli lagi produk Xerox dalam kurun waktu 18 bulan kedepan dibanding konsumen pada katagori "cukup puas" (Jones dan Sasser 1995).

Penelitian Reichheld dan Sasser pada tahun 1990 membuktikan bahwa semakin lama konsumen menjadi pelanggan sebuah perusahaan jasa, semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari konsumen tersebut (Reichheld dan Sasser 1990 dalam Lovelock 2001). Dua peneliti tersebut menemukan adanya 4 faktor yang mempengaruhi peningkatan keuntungan perusahaan sehubungan dengan keberadaan konsumen yang setia, yaitu :

1. Keuntungan yang diperoleh dari peningkatan jumlah pembelian (karena kosumen tersebut semakin meningkat kebutuhannya atas jasa tersebut)
2. Keuntungan diperoleh dari penurunan biaya operasional (akibat dari konsumen yang sudah menjadi pelanggan setia tidak lagi memerlukan penjelasan dan bantuan yang memerlukan waktu dan tenaga)
3. Keuntungan berasal dari menurunnya biaya advertensi karena konsumen setia secara tidak langsung telah ikut mempengaruhi sejumlah konsumen baru yang menirunya
4. Keuntungan berasal dari perilaku konsumen setia yang cenderung untuk bersedia membayar lebih mahal (*price premium*) pada waktu-waktu tertentu karena mereka sudah sangat percaya dan tergantung pada perusahaan

2.2.3 Perkembangan Teori Kualitas Jasa dan Persepsi Konsumen

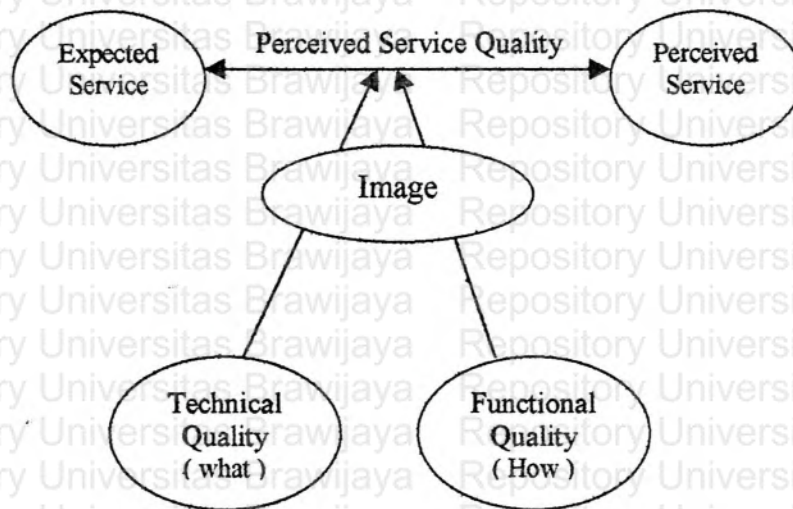
Konsep dasar dari teori kualitas jasa pada umumnya berada dalam literatur kualitas produk dan kepuasan konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Miler (Miler 1993), tingkat kepuasan konsumen pada hakekatnya adalah cerminan dari derajat kualitas barang/jasa ybs. Barang/jasa yang mempunyai kualitas tinggi adalah barang/jasa yang memuaskan konsmen atau yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Kotler 2003).



Perkembangan teori mengenai kualitas jasa pada awalnya berasal dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Cardozo tahun 1965; Howard dan Sheth tahun 1969; Olshavsky dan Miller tahun 1972; Olson dan Dover tahun 1976; Oliver tahun 1977; kemudian Churchill dan Surprenant tahun 1982, dengan paradigma diskonfirmasi yang diterapkan pada produk barang. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa tingkat kualitas suatu barang merupakan hasil akhir dari perbandingan yang dilakukan oleh konsumen atas apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka peroleh dari suatu produk (dalam Brady dan Cronin 2001).

Selanjutnya dengan paradigma sama, penelitian Gronroos mengenai pengukuran terhadap kualitas jasa pada tahun 1982 mengidentifikasi adanya 2 dimensi kualitas jasa yang penting yaitu Kualitas Fungsi (*functional quality*) dan Kualitas Teknis (*technical quality*). Kualitas fungsi mengacu pada bagaimana sebuah jasa disampaikan kepada konsumen (yang merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas interaksi dengan penyedia jasa ybs) sedangkan Kualitas Teknis menunjukkan apa yang benar-benar diperoleh konsumen (merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas produk jasa ybs). Hasil penelitian ini kemudian dikembangkan lebih lanjut dan pada tahun 1984 model yang dikemukakan oleh Gronroos dari hasil penelitiannya dikenal sebagai Model Nordic (*The Nordic Model*). Secara visual model tersebut bisa disederhanakan sbb :

The Nordic Model

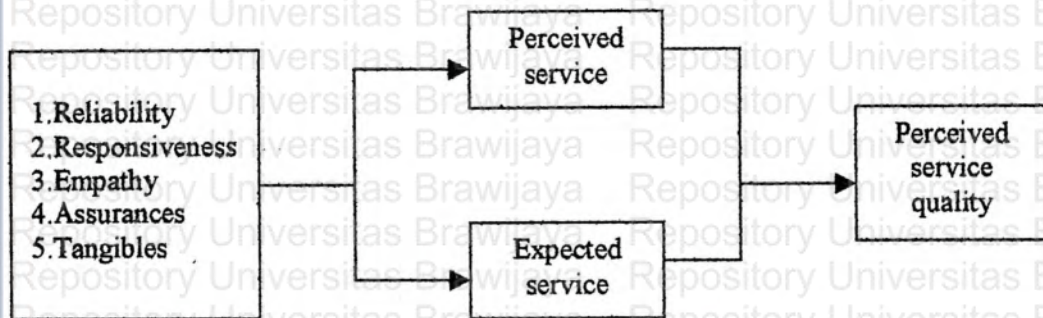


Sumber : Gronroos, 1982

Paradigma diskonfirmasi juga merupakan dasar dari model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry pada tahun 1985. Model ini mengemukakan suatu konsep bahwa kualitas jasa merupakan gap antara tingkat harapan terhadap suatu jasa dengan tingkat nilai jasa yang diperoleh menurut persepsi konsumen (Parasuraman et al, 1985). Dalam pengembangan model SERVQUAL, Parasuraman et al pada tahun 1988 mengemukakan 5 dimensi yang menjadi penilaian konsumen atas kualitas suatu jasa yang diterima yaitu kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurances*

), empati (*empathy*) dan wujud (*tangible*). Model ini digambarkan sebagai berikut

The SERVQUAL Model



Sumber : Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988

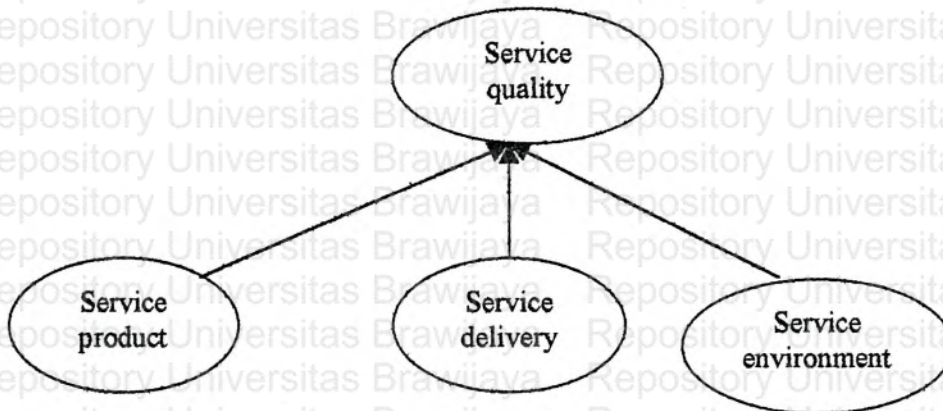
Perkembangan selanjutnya dari penelitian-penelitian terhadap kualitas jasa memunculkan 3 tema yang dominan yaitu tema mengenai penyempurnaan model SERVQUAL, tema pengembangan model Nordic dan ketiga adalah tema mengenai pembentukan struktur kualitas jasa.

Pada studi penyempurnaan model SERVQUAL yang dilakukan oleh Cronin dan Taylor tahun 1992; Boulding et al tahun 1993; DeSarbo et al tahun 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry tahun 1991 dan 1994 serta penelitian oleh

Zeithaml, Berry dan Parasuraman tahun 1996 menghasilkan suatu perubahan pada model berupa penggantian faktor total ekspektasi, memasukkan dimensi-dimensi menjadi bagian dari ekspektasi, dan menawarkan metode alternatif seperti *Conjoint analysis* dalam menilai persepsi konsumen terhadap kualitas jasa (dalam Brady dan Cronin 2001).

Studi pengembangan model Nordic secara khusus menyoroti dimensi Kualitas Fungsi (*functional quality*) dan Kualitas Teknis (*technical quality*). Penelitian oleh Rust dan Oliver tahun 1994 menghasilkan sebuah konsep yang disebut Model Tiga Komponen (*a Three-Component model*) yang mengemukakan 3 dimensi yang menjadi penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yaitu dimensi Produk Jasa / *Service Product* (sebagai proksi dari kualitas teknis pada model Nordicnya Gronoos), dimensi Penyampaian Jasa / *Service Delivery* (proksi dari kualitas fungsi pada model dari Gronoos) dan menambahkan sebuah dimensi baru yang disebut dengan *Service Environment* (kualitas lingkungan jasa). Model yang dikembangkan oleh Rust dan Oliver ini memperoleh support dari hasil penelitian McDougall dan Levesque tahun 1994 untuk kasus perbankan dan dari penelitian McAllexander et al tahun 1994 untuk kasus rumah sakit. Model Tiga Komponen secara visual nampak sbb :

The Three Component Model

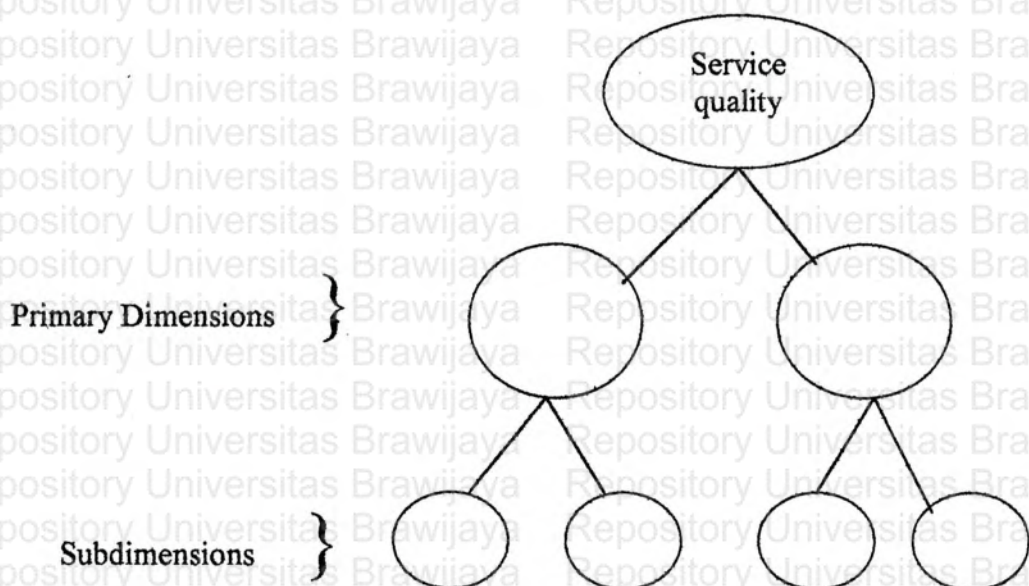


Sumber : Rust dan Oliver, 1994

Karena adanya inkonsistensi dari model SERVQUAL dalam hal struktur dimensi kualitas jasa, peneliti lain mencoba melakukan studi dengan tema pembentukan struktur kualitas jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, Thorpe dan Rentz pada tahun 1996 dengan kasus usaha jasa eceran menghasilkan sebuah model yang disebut *The Multilevel Model*. Dari identifikasi dan pengujian terhadap hirarkhi kualitas jasa, mereka menemukan adanya 3 jenjang dimensi yang mempengaruhi kualitas jasa dimana jenjang paling tinggi adalah Persepsi total atas jasa kemudian jenjang lebih rendah adalah berupa Dimensi Primer dan jenjang paling bawah adalah berupa Sub Dimensi.

Dengan demikian, model Multilevel pada hakekatnya mengemukakan sebuah konsep bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas suatu jasa mempunyai banyak segi dan dimensi yang berjenjang tingkatnya. Bila digambarkan model ini nampak sbb :

The Multilevel Model



Sumber : Dabholkar, Thorpe dan Rentz, 1996

Dari kajian-kajian yang telah memunculkan model-model diatas, dapat disimpulkan bahwa para ahli telah melakukan modifikasi dan pengembangan baik terhadap model Nordic yang dipelopori oleh Gonroos maupun terhadap model SERVQUAL atau juga disebut oleh Brady dan Cronin sebagai model Amerika yang dirintis oleh Parasuraman et al.

Menyoroti model SERVQUAL, Brady dan Cronin sepaham dengan model Multilevelnya Dabholkar et al dan berkeyakinan bahwa 5 dimensi dalam model tersebut (*Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurances, Tangibles*) bukan merupakan determinan langsung terhadap kepuasan konsumen/kualitas jasa, tetapi merupakan faktor penjelas terhadap dimensi-dimensi yang menjadi penilaian konsumen. Mengenai dimensi yang menjadi dasar penilain konsumen, Brady dan Cronin sepakat dengan Rust dan Oliver dengan model Tiga Komponennya yang menyatakan bahwa terdapat 3 dimensi utama yang menjadi dasar penilaian konsumen yaitu : 1) kualitas interaksi antara konsumen dengan penyedia jasa, 2) kualitas lingkungan, dan 3) kualitas produk jasa itu sendiri. Bukti empirik yang mendukung model Tiga Komponen ini ditemukan pula oleh peneliti-peneliti lain seperti Bitner tahun 1992, Spangenberg et al tahun 1996 serta oleh Wakerfield et al juga tahun 1996. Sebagai kerangka analisis, Brady dan Cronin mengacu pada model Multilevelnya Dabholkar et al yang juga telah memperoleh dukungan dari hasil penelitian Carman tahun 1990, McDougal et al tahun 1994 dan penelitian Mohr et al tahun 1995 (dalam Brady dan Cronin 2001). Sampai disini Brady dan Cronin

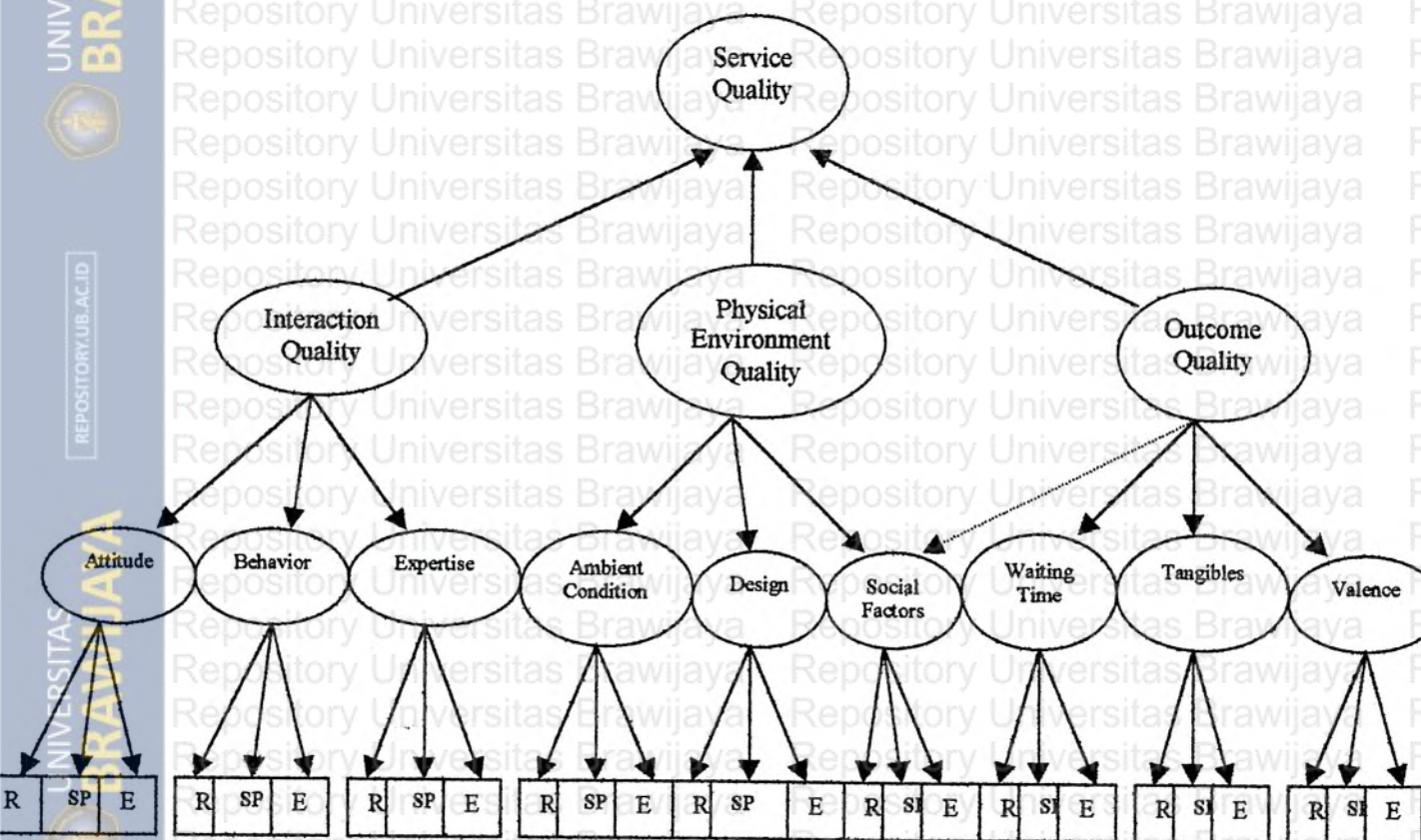
mempunyai keyakinan kuat bahwa dimensi utama yang dievaluasi oleh konsumen dalam menilai kualitas suatu jasa adalah dimensi interaksi, dimensi lingkungan dan dimensi produk jasa itu sendiri.

Mengacu pada model Multilevel yang membuktikan bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas suatu jasa mempunyai banyak segi dan dimensi yang berjenjang tingkatnya, Bardy dan Cronin menyadari adanya subdimensi lain yang menjadi bagian dari 3 dimensi utama tersebut. Persoalan yang muncul adalah dimensi apa yang menjadi sub dimensi dari 3 dimensi utama tersebut. Dalam rangka menemukan sub-sub dimensi tersebut, dilakukan sebuah penelitian kualitatif dengan responden sejumlah 1.133 orang pada industri jasa makanan cepat saji, pencetakan foto, taman hiburan dan laundry. Hasil penelitian mereka menemukan bukti bahwa dimensi Kualitas Interaksi mempunyai 3 sub dimensi yang merupakan karakteristik pihak penyedia jasa yaitu : a) Sikap, b) Perilaku dan c) Keahlian; dimensi Kualitas Lingkungan mempunyai 3 sub dimensi berupa : a) Suasana, b) Desain dan c) Faktor sosial; dan untuk dimensi Kualitas Produk Jasa itu sendiri mempunyai 4 sub dimensi yaitu : a) Faktor sosial, b) Waktu tunggu, c) Wujud dan d) faktor valensi.

Selanjutnya penelitian ini menemukan indikasi bahwa terhadap sub-sub dimensi tersebut konsumen membuat penilaian melalui 3 dimensi dari model Parasuraman et al, yaitu dari dimensi *Reliability* (kehandalan) , *Responsiveness* (daya tanggap) , dan *Empathy* (empati) .

Secara visual konsep dari Brady dan Cronin dapat digambarkan sbb :

The Hierarchy Model



2.3 Review Hasil Penelitian Mengenai Lembaga Kredit Mikro.

Pada bagian ini dipaparkan hasil-hasil penelitian terhadap Lembaga Kredit Mikro secara kronologis menurut aspek yang diteliti. Sejauh ini penelitian yang telah dilakukan sebagian besar menyoroti masalah kelembagaan khususnya penelitian-penelitian yang berusaha mengungkap determinan keberhasilan lembaga. Aspek lain yang juga banyak diteliti adalah mengenai dampak LKM terhadap nasabah atau anggota binaan. Oleh karena itu review hasil penelitian yang dipaparkan disini merupakan intisari dari hasil penelitian yang menyoroti dua aspek tersebut secara kronologis sejak dua dekade terakhir yaitu mulai tahun 1983 sampai tahun 2004.

2.3.1 Determinan Keberhasilan Lembaga Kredit Mikro.

Tahun 1983, penelitian Von Pischke, Adams dan Donald dari John Hopkin University menemukan bukti bahwa keberhasilan program kredit dengan menganut pendekatan kelompok binaan di Bangladesh, Kamerun, Malaysia dan Republik Korea disebabkan oleh adanya faktor insentive yang lebih baik, kontrol yang intensif dan sistem monitoring yang memadai. (Von Pischke et al, 1993).

Tahun 1990, penelitian Hoff dan Stiglitz dari Bank Dunia menghasilkan temuan mengenai faktor-faktor yang merusak solvabilitas dan viabilitas banyak lembaga kredit pedesaan. Faktor-faktor tersebut adalah adanya subsidi, rendahnya tingkat *recovery* dan menurunnya nilai *portfolio* akibat rendahnya tingkat bunga riil (Hoff dan Stiglitz, 1990).

Tahun 1994, hasil kajian Rhyne, Elisabeth dan Maria Othello menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan transisi kinerja LKM dari level dua dan tiga menuju *full self-sufficiency* pada level empat, program LKM harus menerapkan kebijakan *full-cost pricing* yaitu penghasilan bunga dan fee harus bisa menutup seluruh elemen biaya (Rhyne, Elisabeth dan Maria Othello, 1994).

Tahun 1995, studi Shaidur Khandker dkk. Terhadap Grameen Bank di Bangladesh menyimpulkan bahwa biaya untuk memobilisasi dan menyalurkan kredit kepada anggota binaan jauh lebih rendah daripada nilai tambahan penghasilan yang diperoleh. Hal ini menyiratkan bahwa Grameen Bank telah berada pada posisi *economies of scale*. kesimpulannya adalah lembaga bisa mencapai titik impas dengan cara meningkatkan jumlah nasabah dan nilai pinjaman tanpa harus menaikkan bunga kredit (Khandker dkk, 1995).

Tahun 1996, penelitian Raviez terhadap 5 LKM di Indonesia menyimpulkan bahwa LKM tersebut memerlukan subsidi yang sangat besar pada saat baru mulai beroperasi. Namun demikian, setelah mereka bisa berkembang kapasitasnya dan menunjukkan tingkat angsuran yang mantap, subsidi bisa dikurangani secara signifikan. Kebijakan insentif yang sesuai bagi nasabah dan staf merupakan kunci sukses dan kesinambungan LKM. Bagi nasabah, insentif tingkat angsuran yang tinggi berupa kepastian memperoleh pinjaman selanjutnya dan kemungkinan jumlah pinjaman yang lebih sesuai dengan keinginan nasabah. Bagi staf, insentifnya

berupa keterkaitan antara jumlah anguran yang bisa dikumpulkan dengan bonus/kompensasi yang akan diterima (Raviez, 1996).

2.3.2 Dampak LKM Terhadap Nasabah dan Determinan Tingkat Angsuran.

Penelitian Christen pada tahun 1989 mengenai persepsi jasa kredit LKM menemukan bukti bahwa nasabah jauh lebih sensitif terhadap ketersediaan dan kesesuaian kredit daripada terhadap tingkat bunga (Christen, 1989). Dengan demikian, sepanjang LKM bisa menjamin ketersediaan kredit sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan memperoleh kepuasan.

Studi yang dilakukan oleh Zain dkk. dari Universitas Brawijaya selama tiga tahun (1996-1998) mengenai aplikasi model Grameen Bank terhadap kelompok-kelompok binaan di Jawa Timur memperoleh bukti bahwa rumah tangga miskin cukup *bankable* yang didasarkan pada tiga indikator yaitu kemampuan mengangsur, menabung dan kedisiplinan hadir pada pertemuan *rembug pusat* (Zain dkk, 1998).

Pada tahun 1998, kajian Zeller dkk. dari University of Chicago mengenai determinan kedisiplinan nasabah LKM di Madagaskar yang memberi pinjaman kepada kelompok binaan dalam membayar angsuran pinjaman menemukan indikasi bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat angsuran adalah kemudahan akses produk ke pasar, kemudahan akses input, jasa tabungan yang disediakan program, kredit dalam bentuk uang, dan frekwensi kunjungan petugas lapang (Zeller, 1998).

Penelitian Kaluge pada tahun 2001 terhadap dampak program LKM pemerintah (KUKESRA) dan swadaya masyarakat (Mitra Karya East Java) di Malang dan Blitar terhadap kelompok binaan menemukan fakta bahwa tingginya tingkat angsuran di MKEJ dipengaruhi oleh faktor insentif bisa memperoleh pinjaman lagi dengan nilai lebih besar, sistem *tanggung renteng*, dan anjuran dari staf lapang. Disamping itu penelitian tersebut juga menemukan bukti bahwa secara umum tidak ada dampak yang besar dari adanya kredit terhadap pendapatan nasabah yang berasal dari bisnis yang dibiayai. Namun demikian pada nasabah MKEJ, dampak kredit terhadap pendapatan nasabah adalah positif sedangkan pada KUKESRA dampak program tidak signifikan (Kaluge, 2001).

Penelitian Mat Syukur di Jawa Barat tahun 2001 terhadap nasabah kelompok binaan LKM Karya Usaha Mandiri (KUM) menemukan bukti bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap tingkat pengembalian kredit adalah jumlah kredit dan persentase anggota aktif dalam *rembug pusat*. Dalam kaitannya dengan dampak program LKM terhadap pendapatan, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor modal dan curahan waktu kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan rumah tangga peserta namun respon pendapatan terhadap modal adalah inelastis (Syukur, 2001).

Penelitian Sa'ad pada tahun 2003 di Kabupaten Bungo-Jambi memperoleh kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara pendapatan rumah tangga pedesaan sebelum dengan sesudah mengambil dan menggunakan

kredit untuk tujuan produktif, berarti pemberian kredit dapat meningkatkan rumah tangga pedesaan. Rata-rata pendapatan rumah tangga pedesaan yang mengambil kredit non program dan digunakan untuk tujuan produksi lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan rumah tangga untuk tujuan konsumsi (Sa'ad, 2003).

Studi yang dilakukan oleh Surjandari pada tahun 2004 di Jawa Timur membuktikan bahwa Tidak terdapat perbedaan yang berarti antara PT. BRI dengan 4 bank sekelas lainnya dalam kinerja keuangan namun dibandingkan dengan industri kinerja PT. BRI relatif lebih baik. Terdapat perbedaan yang cukup berarti dalam penghasilan di tingkat perusahaan nasabah; terdapat perbedaan yang cukup berarti dalam aktiva dan pendapatan di tingkat rumah tangga nasabah; tidak terdapat perbedaan yang berarti di tingkat individual nasabah. Dalam hal kemanfaatan program, terbukti bahwa PT. BRI memperoleh manfaat yang lebih besar dibanding manfaat yang diperoleh nasabah (Surjandari, 2004).

Dari paparan diatas nampak bahwa dua kelompok penelitian diatas tidak banyak dikemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan kesetiaan nasabah. Penelitian Christen yang berkaitan dengan nasabah terbatas pada perbedaan sensitifitas antara ketersediaan kredit dan tingkat bunga pinjaman.

Penelitian Von Pischke, kajian Hoff-Stiglitz, studi Rhyne dan kesimpulan penelitian Khandker memang menemukan faktor-faktor yang menjadi determinan kelangsungan hidup LKM, namun temuan tersebut lebih banyak mengungkap faktor-faktor yang terkait dengan strategi dan model yang diterapkan LKM, tidak

banyak informasi mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

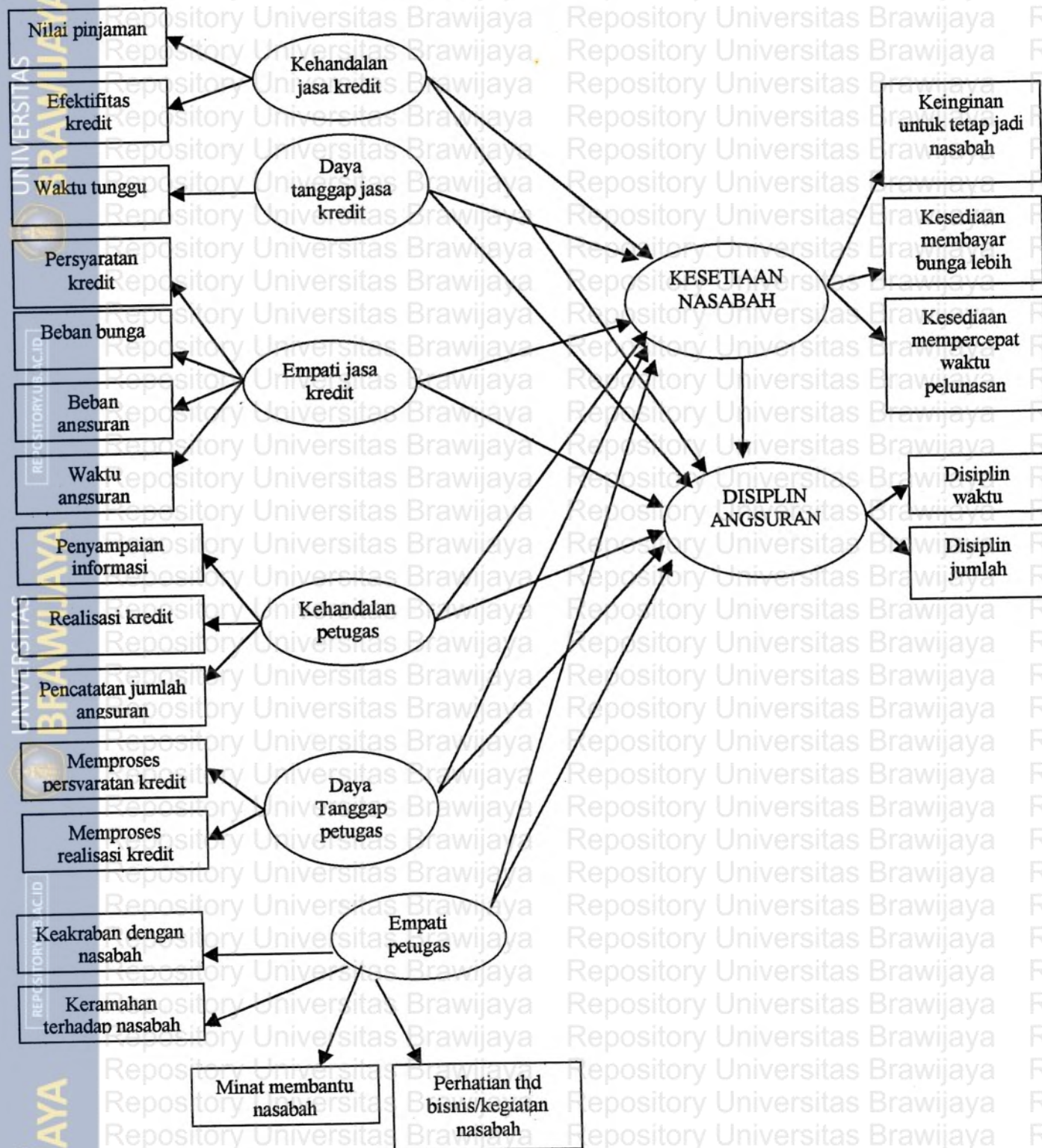
Kepuasan konsumen pada hakekatnya bersifat subyektif karena tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas suatu jasa merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen atas suatu jasa dengan persepsinya atas apa yang mereka peroleh dari jasa tersebut. Apabila apa yang diperoleh dipersepsikan lebih tinggi daripada harapannya, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi dan menjadi konsumen setia; demikian pula sebaliknya konsumen akan merasa kurang / tidak puas apabila apa yang ia peroleh dirasakan lebih rendah dibanding harapan/ekspektasinya (Parasuraman et al, 1985). Lebih lanjut Zeithaml et al mengemukakan bahwa ekspektasi konsumen jasa merupakan suatu wilayah toleransi yang menentukan seberapa jauh konsumen bersedia mentolerir variasi kualitas jasa yang ia peroleh (dalam Lovelock, 2001).

Ditinjau dari karakteristiknya, LKM *institutionalists* yang mempunyai prioritas pada kesehatan finansial lembaga tentu berusaha untuk melayani nasabah dengan servis yang memuaskan sedangkan LKM *welfarists* yang lebih bersifat sosial cenderung memandang nasabah sebagai anggota binaan yang lebih membutuhkan kemudahan memperoleh kredit daripada kualitas pelayanan. Perbedaan ini tentu akan berpengaruh terhadap persepsi dan kepuasan konsumen.

Dari penelitian Brady dan Cronin diperoleh bukti bahwa terdapat tiga dimensi primer yang dinilai oleh konsumen dalam mengkonsumsi suatu jasa yaitu dimensi kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas manfaat jasa. Pada penelitian ini dimensi kualitas lingkungan fisik tidak digunakan karena pada setiap transaksi kredit tempat transaksinya tidak selalu di kantor LKM tetapi pada umumnya petugas LKM yang mendatangi para nasabah dirumahnya masing-masing. Dengan demikian hanya dimensi kualitas interaksi (Petugas Lapang) dan manfaat kredit (Jasa Kredit) yang dimasukkan pada model. Untuk masing-masing dimensi tersebut dilakukan penilaian melalui tiga sub dimensi yaitu kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurances*), dan empati (Brady dan Cronin, 2001).

Secara visual kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sbb :

Kerangka Konseptual



3.2 Hipotesis

Dengan model diatas, maka dalam menjawab permasalahan pada penelitian ini dapat diajukan hipotesa sebagai berikut :

H1 : Kehandalan jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H2 : Daya tanggap jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H3 : Empati jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H4 : Kehandalan petugas berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H5 : Daya tanggap petugas berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H6 : Empati jasa petugas berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah

H7 : Kehandalan jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H8 : Daya tanggap jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H9 : Empati jasa kredit berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H10 : Kehandalan petugas berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H11 : Daya tanggap petugas berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H12 : Empati petugas berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

H13 : Kesetiaan nasabah berpengaruh nyata terhadap kedisiplinan membayar angsuran

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Atas dasar permasalahan yang ada dan tujuan yang hendak dicapai, penelitian ini bermaksud untuk menyelidiki kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dan kemungkinan adanya dampak terhadap tingkat angsuran. Mengacu pada pendapat Cooper dan Emory, penelitian ini termasuk jenis Eksplanatoris, yaitu penelitian yang bertujuan menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan (Cooper dan Emory 1997).

Dalam model penelitian ini, ekspektasi dan persepsi nasabah diukur setelah pelayanan kredit diberikan. Asumsi dari pengukuran tersebut adalah menganggap bahwa ekspektasi nasabah sebelum pelayanan adalah sama dengan ekspektasi setelah pelayanan. Penelitian ini disamping menggunakan data sekunder juga menggunakan data primer *cross-sectional*.

4.2 Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah 3 (tiga) jenis LKM yang telah beroperasi minimal 2 tahun pada suatu kawasan yang sama. Sedangkan yang menjadi obyek

penelitian adalah tingkat kepuasan nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Tiga jenis LKM yang dipilih dalam studi ini adalah Bank Perkreditan Rakyat (LKM yang dibina oleh Bank Indonesia); Koperasi Simpan Pinjam (LKM yang berada dibawah binaan Departemen Koperasi dan Usaha Kecil) dan Mitra Karya (LKM yang dikelola oleh lembaga swadaya masyarakat). Alasan pemilihan ini adalah karena model koperasi simpan pinjam dan BPR merupakan metode pendanaan mikro kelompok *institutionalists* yang cukup luas diterapkan di Indonesia sedangkan LKM Mitra Karya adalah LKM *welfarists* yang menerapkan model *Grameen Bank* yang dewasa ini mulai banyak diterapkan di Indonesia.

Model *Grameen Bank* (GB) adalah sebuah model kelembagaan kredit mikro *welfarists* yang diakui secara luas keberhasilannya oleh Bank Dunia dalam mengentaskan kemiskinan dan telah diterapkan di 40 negara (Khandker, 1995). Model ini pertamakali diperkenalkan oleh Prof. Muhammad Yunus pada tahun 1976 di Bangladesh (Zain, 1998). Sampai dengan tahun 1998, jumlah anggota binaan *Grameen Bank* mencapai 2,33 juta rumah tangga yang tersebar di 38.551 desa dengan akumulasi pinjaman yang telah diberikan sebesar 2,40 miliar US dollar (Yunus, 1998). Di Indonesia, model ini kurang mendapat perhatian dari pemerintah pusat namun memperoleh tanggapan positif dari lembaga swadaya masyarakat dengan dukungan lembaga-lembaga donor dan kreditor dari dalam dan luar negeri.

Pada awal tahun 2000 beberapa lembaga lembaga kredit mikro model *Grameen*

Bank nilai bermunculan baik di Jawa maupun luar Jawa. Sampai akhir tahun 2001 di Indonesia terdapat 11 buah lembaga yang tersebar mulai dari Medan (Pokmas Mandiri), DKI-Jakarta dan Jawa Barat (Yayasan Darma Bakti Parasahabat, PALUMA, Alisa Khadijah, Yayasan Mitra Usaha), Solo (Bitra Karya Central Java Project), Grobogan (KSM Ridho Mukti), DI-Yogyakarta (BPR- Shinta Daya - Gunung Kidul, BPR Shinta Putera-Kulon Progo), dan Kalimantan Selatan (Yayasan Bangun Usaha Mitra-Banjarmasin, YDIS-Amuntai) (Gibbons, 2001).

4.3 Daerah Penelitian

Daerah penelitian untuk studi ini adalah wilayah Kabupaten Malang bagian barat yaitu Kecamatan Karang Ploso . Pemilihan wilayah ini karena alasan sebagai berikut : a) pada wilayah Karang Ploso beroperasi baik LKM *welfarists* maupun LKM *institutionalists*, b) wilayah ini mempunyai topografi yang mewakili dua karakter yaitu wilayah berlahan datar dengan budidaya pertanian terutama padi dan wilayah dengan topografi perbukitan-dataran tinggi dengan budidaya pertanian berupa tanaman hortilutura/sayur-mayur dan buah-buahan

4.4 Populasi dan Sampel

Populasi atau unit analisis penelitian ini adalah seluruh nasabah yang telah menerima pelayanan kredit dari LKM (debitur). Karena data mengenai nama-nama debitur oleh lembaga kredit tergolong bersifat rahasia, maka jumlah populasi tidak bisa diketahui, sample frame tidak mungkin dibuat dan pengambilan sampel dengan metode *random sampling* tidak bisa dilakukan. Untuk itu pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive incidental sampling*, yaitu daerah penelitian dipilih secara sengaja dan sampel diperoleh secara kebetulan.

Jumlah sampel tergantung pada derajat homogenitas populasi (Hadi, 1981; Mantra et al, 1982). Apabila populasi mempunyai perbedaan ciri-ciri yang tinggi, jumlah sampel harus banyak bahkan bila perlu dengan metode sensus (Malhotra, 1999). Mengingat karakter nasabah LKM dilihat dari jenis kelamin yang sama dan tingkat sosial-ekonomi relatif homogen, maka penelitian ini tidak menuntut jumlah sampel yang besar. Namun demikian jumlah sampel yang diambil harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh alat analisa yang digunakan. Karena alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling (SEM)*, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah sekitar 5 kali jumlah variabel. Dengan pertimbangan tersebut, jumlah responden untuk masing-masing LKM adalah sebanyak 110 responden. Dengan demikian jumlah responden total adalah sebesar 330 responden.

4.5 Jenis dan Sumber Data

Guna mencapai tujuan penelitian, studi ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden sampel dan data sekunder yang tersedia di kantor instansi penyedia jasa.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan data primer adalah Teknik Komunikasi Langsung dengan menggunakan instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan terstruktur/kuesioner sedangkan teknik yang digunakan dalam pengumpulan data sekunder adalah dengan studi literatur.

4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat delapan konsep yang terdiri atas dua variabel endogen dan enam variabel eksogen. Tergolong variabel endogen adalah variabel kesetiaan nasabah dan variabel disiplin angsuran sedangkan yang termasuk katagori variabel eksogen adalah variabel kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas, dan empati jasa petugas.



4.6.1 Variabel Endogen

1. Kesetiaan nasabah

Kesetiaan nasabah adalah perilaku nasabah yang mempunyai kecenderungan untuk selalu bersikap positif dan taat terhadap ketentuan yang diberlakukan oleh LKM. Tingkat kesetiaan nasabah diukur melalui indikator :

- a. Keinginan untuk tetap menjadi nasabah LKM ybs. (Y1)
- b. Kesiediaan membayar bunga lebih tinggi (Y2)
- c. Kesiediaan untuk mempercepat waktu pelunasan (Y3)

2. Disiplin angsuran

Disiplin angsuran adalah perilaku nasabah dalam memenuhi aturan pembayaran pinjaman yang telah ditetapkan oleh LKM. Tingkat kedisiplinan angsuran diukur melalui 2 indikator yaitu :

- a. Kedisiplinan dalam waktu mengangsur (Y4)
- b. Kedisiplinan dalam jumlah angsuran yang dibayarkan (Y5)



4.6.2 Variabel Eksogen

1. Kehandalan jasa kredit

Kehandalan jasa kredit adalah tingkat kemampuan kredit LKM dalam membantu nasabah mencapai tujuan penggunaan dana pinjaman. Indikator kehandalan jasa kredit adalah :

- a. Se jauh mana jumlah dana pinjaman dalam mencukupi kebutuhan nasabah (X1)
- b. Se jauh mana efektivitas dana pinjaman (X2)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.

2. Daya tanggap jasa kredit

Daya tanggap jasa kredit adalah tingkat kecepatan jasa kredit dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Variabel daya tanggap diukur melalui indikator :

- Lama waktu tunggu yang diperlukan nasabah sebelum menerima pencairan dana (X3)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.



3. Empati jasa kredit

Empati (*Empathy*) adalah tingkat perhatian jasa kredit LKM dalam memahami masalah keuangan nasabah. Dalam hal ini variabel empati diukur melalui indikator :

- Persyaratan memperoleh kredit (X4)
- Beban bunga yang harus dibayar nasabah (X5)
- Jumlah angsuran yang harus dibayar nasabah (X6)
- Ketentuan waktu/frekwensi angsuran (X7)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.

4. Kehandalan petugas

Kehandalan petugas adalah tingkat kemampuan petugas LKM dalam melayani segala kebutuhan nasabah yang bermaksud untuk memperoleh dana pinjaman. Indikator kehandalan petugas adalah :

- Kemampuan dalam memberi informasi kredit dan persyaratannya (X8)
- Kemampuan dalam memproses administrasi pencairan kredit (X9)
- Kemampuan dalam memproses pencatatan angsuran (X10)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.

5. Daya tanggap petugas

Daya tanggap adalah tingkat kecepatan petugas dalam memenuhi keinginan nasabah. Variabel daya tanggap petugas diukur melalui indikator :

- Kecepatan petugas dalam memproses persyaratan memperoleh kredit (X11)
- Kecepatan petugas dalam memproses pencairan kredit (X12)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.

6. Empati petugas

Empati (*Empathy*) adalah tingkat kemampuan petugas dalam membangun keakraban hubungan dengan nasabah dan kesungguhannya dalam memahami masalah keuangan nasabah. Dalam hal ini variabel empati diukur melalui indikator :

- Derajat keakrabannya dengan nasabah (X13)
- Tingkat keramahan terhadap nasabah (X14)
- Minat membantu nasabah (X15)
- Intensitas perhatian petugas terhadap bisnis nasabah atau terhadap kegiatan nasabah yang didanai oleh pinjaman dari LKM ybs. (X16)

Ukuran yang digunakan dalam hal ini adalah menurut penilaian nasabah dengan skor 1-5 skala Likert.

4.7 Skala dan Pengukuran

Disamping menggunakan ukuran absolut, indikator-indikator variabel penelitian juga diukur berdasarkan penilaian responden yang digali dengan menggunakan pertanyaan jenis tertutup. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan dan dengan menggunakan Skala Likert dengan skor 1 sampai 5 dimana untuk bobot tertinggi diberi skor 5 dan untuk bobot terendah memperoleh skor 1.

Sebagai contoh, untuk pertanyaan yang bertujuan mengungkap penilaian nasabah terhadap manfaat dana pinjaman yang diterima, pilihan jawaban responden diberi skor sebagai berikut :

Persepsi Nasabah	Skor
Manfaatnya sangat sedikit	1
Manfaatnya sedikit	2
Manfaatnya sedang	3
Manfaatnya besar	4
Manfaatnya sangat besar	5

4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Guna menjamin mutu seluruh proses pengumpulan data dari mulai penjabaran konsep sampai data siap untuk dianalisis, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk menjamin kemantapan dan ketepatan alat ukur berupa item-item pertanyaan di dalam kuesioner sehingga pertanyaan yang diajukan kepada responden selain mempunyai maksud yang jelas (tidak menimbulkan

salah tafsir bagi responden) juga pertanyaan tersebut tepat sasaran yaitu menghasilkan informasi mengenai suatu dimensi tertentu .

4.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Untuk keperluan ini digunakan analisis item, yaitu setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan formula *Korelasi Product Moment* (Sugiono, 1999). Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah apabila koefisien korelasi $r > 0,30$. Dengan demikian apabila koefisien korelasi antara butir pertanyaan untuk sebuah variabel mempunyai skor total lebih dari 0,30, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.8.2 Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Apakah alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada selang waktu yang berbeda. Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas ini adalah *Teknik Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen alat ukur dapat dikatakan reliabel / handal

apabila mempunyai koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih (Arikunto, 1998)

4.9 Teknik Analisis

Secara teknis, sasaran pokok penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan dan pengaruh variabel-variabel eksogen (kehandalan, daya tanggap, empati, wujud dan kepastian) terhadap variabel endogen (tingkat kesetiaan) dan terhadap variabel endogen lain (disiplin angsuran). Oleh karena itu untuk mengetahui hubungan antar variabel tersebut secara simultan digunakan metode statistik multivariate yaitu analisis peubah ganda dengan pendekatan *Structural Equation Modelling (SEM)*.

Pemilihan SEM sebagai metode analisis data adalah karena model hipotesis pada penelitian ini berbentuk struktural dimana terdapat hubungan kausalitas berjenjang (yaitu dari variabel eksogen kehandalan, daya tanggap, empati, wujud dan kepastian ke variabel endogen kepuasan nasabah dan kemudian ke variabel disiplin angsuran). Disamping itu variabel-variabel endogen dan eksogen dalam hipotesis bersifat *unobservable* (pengukurannya didasarkan pada beberapa indikator yang masing-masing indikator mempunyai satuan yang berbeda). Proses perhitungan dalam pengujian hipotesis dilakukan dengan alat bantu program komputer *AMOS 4.01* dan *SPSS for Windows Rel. 10*.

Untuk menguji adanya perbedaan secara statistik diantara 3 LKM sampel pada penelitian ini digunakan peralatan statistik uji beda ANOVA.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden.

Responden penelitian ini adalah mereka yang menjadi nasabah penerima pinjaman kredit dari lembaga kredit mikro di daerah penelitian. Jumlah total responden sebanyak 330 orang dimana masing-masing sebanyak 110 orang merupakan nasabah lembaga kredit mikro yang dikelola Yayasan, 110 orang nasabah lembaga kredit mikro berbadan hukum Koperasi Simpan Pinjam dan 110 orang lainnya adalah nasabah lembaga kredit mikro berbadan hukum Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Karakteristik responden dilihat dari sisi sosio-demografis dan dari sisi sosio-ekonomis. Aspek sosial demografi yang dilihat adalah meliputi komposisi jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan sedangkan aspek sosial ekonomi yang didiskripsikan adalah status ekonomi, lapangan pekerjaan utama dan lapangan pekerjaan sampingan,

5.1.1 Karakteristik Sosio - Demografis

Secara total komposisi responden yang menjadi nasabah Lembaga Kredit Mikro (LKM) lebih banyak responden laki-laki daripada responden perempuan. Dari 330 oran gresponden 55,2 persennya adalah responden laki-laki dan 44,8 persen adalah responden perempuan. Apabila dilihat menurut jenis LKM, terdapat perbedaan yang mencolok antara. LKM dalam bentuk Yayasan didominasi oleh responden perempuan (100 persen) sedangkan pada LKM dalam bentuk Koperasi dan BPR jumlah responden laki-laki lebih dominan (proporsinya mencapai 80,9 persen di Koperasi dan 84,5 persen pada BPR) (Tabel 5.1.1).

Tabel 5.1.1
Persentase Responden Menurut Jenis Kelamin
(%)

JENIS KELAMIN	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Laki – laki	0,0	80.9	84.5	55.2
Perempuan	100	19.1	15.5	44.8
% N	100 (110)	100 (110)	100 (110)	100 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Dilihat menurut kelompok umur, lebih dari separo jumlah responden (59,1 persen) berada pada kelompok umur dewasa antara 31 – 50 tahun, hanya 11,8

persen yang berusia lebih dari 50 tahun dan yang berada pada kelompok umur muda kurang dari 30 tahun proporsinya sebesar 29,1 persen. Dominasi kelompok umur dewasa ini juga terjadi pada 3 jenis LKM yang diteliti dimana untuk Yayasan dan BPR proporsinya hampir sama yaitu 61,8 persen untuk Yayasan dan 67,3 persen untuk BPR. Sedangkan proporsi responden sebagai nasabah Koperasi pada kelompok umur dewasa kurang dari separo (48,2 persen). Pada LKM berbentuk Koperasi proporsi nasabah berusia lebih dari 50 tahun relatif lebih tinggi daripada dua LKM lain yaitu mencapai 20,0 persen sedangkan pada Yayasan dan BPR masing-masing adalah 7,3 persen dan 8,2 persen. (Tabel 5.1.2).

Tabel 5.1.2
Persentase Responden Menurut Kelompok Umur
(%)

KELOMPOK UMUR	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
< 30 Tahun	30.9	31.8	24.5	29.1
31 – 50 Tahun	61.8	48.2	67.3	59.1
> 50 Tahun	7.3	20,0	8.2	11.8
% N	100 (110)	100 (110)	100 (110)	100 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Dilihat dari tingkat pendidikan, nampak bahwa sekitar separo dari total responden adalah mereka yang berpendidikan paling tinggi tamat SD (dengan rincian 16,0 persen tidak tamat SD dan 34,6 persen tamat SD) (Tabel 5.1.3).



Apabila dilihat menurut jenis LKM terdapat perbedaan yang mencolok antara responden yang menjadi nasabah LKM Yayasan dengan responden nasabah LKM lainnya dimana sebagian besar responden nasabah Yayasan mempunyai pendidikan yang rendah. Proporsi mereka yang berpendidikan tamat SD mencapai 52,7 persen dan mereka yang SD tidak tamat mencapai 31,0 persen. Dengan demikian lebih dari 80 persen responden nasabah LKM yayasan mempunyai pendidikan yang sangat rendah. Pada dua jenis LKM lainnya, nasabahnya pada umumnya berpendidikan tinggi dimana nasabah mereka yang berpendidikan paling tinggi tamat SD proporsinya kurang dari 50 persen, bahkan untuk LKM Koperasi nasabahnya yang berpendidikan sarjana mencapai 10,9 persen dan pada LKM berupa BPR proporsi nasabahnya yang berpendidikan perguruan tinggi sebesar 4,5 persen dan yang tamat SLTA mencapai 34,5 persen (Tabel 5.1.3). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa LKM berupa Yayasan lebih didominasi oleh nasabah berpendidikan lebih rendah daripada dua LKM lainnya yang lebih banyak mempunyai nasabah berpendidikan tinggi.

Tabel 5.1.3
Persentase Responden Menurut Pendidikan Terakhir
 (%)

PENDIDIKAN TERAKHIR	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
SD Tidak tamat	31,0	11.8	5.5	16,0
SD Tamat	52.7	17.3	33.7	34.6
SLTP	10.9	35.5	21.8	22.7
SLTA	5.5	24.5	34.5	21.5
PT/AK	0,0	10.9	4.5	5.2
% N	100 (110)	100 (110)	100 (110)	100 (330)

Sumber : Data Primer diolah

5.1.2 Karakteristik Sosio – Ekonomi

Dilihat menurut status ekonominya, lebih dari separo (56,6 persen) responden berstatus ekonomi menengah dan 26,4 persen tergolong berstatus ekonomi kuat. Proporsi responden yang tergolong ekonomi lemah hanya 17,0 persen. (Tabel 5.1.4).

Namun apabila dilihat menurut jenis LKM, nampak ada perbedaan antara nasabah LKM Yayasan yang nasabah berstatus ekonomi lemah lebih banyak dibandingkan dengan nasabah Koperasi dan BPR. Pada Yayasan, proporsi responden berstatus ekonomi lemah mencapai 33,6 persen sedangkan pada

Koperasi jauh lebih rendah yaitu 13,6 persen bahkan pada BPR proporsinya sangat kecil yaitu 3,6 persen.

Perbedaan karakteristik status ekonomi diatas nampaknya mempunyai hubungan yang erat dengan tingkat pendidikan responden dimana pada Yayasan proporsi terbesar dari jumlah nasabahnya adalah mereka yang berpendidikan sangat rendah sedangkan nasabah pada Koperasi dan BPR lebih banyak yang berpendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Dengan perbedaan tingkat pendidikan nasabah antara LKM sampel, maka nampak ada korelasi dengan perbedaan tingkat status ekonominya.

Tabel 5.1.4
Persentase Responden Menurut Status Ekonomi
(%)

STATUS EKONOMI	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Lemah	33.6	13.6	3.6	17,0
Menengah	60.9	41.8	67.3	56.6
Kuat	5.5	44.6	29.1	26.4
% N	100 (110)	100 (110)	100 (110)	100 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Menurut lapangan pekerjaan utama, proporsi terbesar dari kegiatan utama responden adalah pada bidang perdagangan, kemudian yang kedua adalah pada

bidang pertanian. Dari data yang diperoleh, proporsi responden yang bekerja di bidang perdagangan mencapai 28,8 persen dan yang bekerja pada lapangan pertanian sebesar 24,8 persen.

Dilihat menurut jenis LKM, nampak bahwa untuk BPR, proporsi tersesar dari nasabahnya adalah mereka yang bekerja di lapangan pertanian sedangkan pada Yayasan dan Koperasi proporsi terbesar dari nasabahnya adalah mereka yang mengandalkan sub sektor perdagangan.

Namun demikian terdapat perbedaan yang mencoclok antara Yayasan dan Koperasi dimana walaupun dua jenis LKM ini didominasi oleh nasabah yang berprofesi sebagai pedagang, namun Yayasan mempunyai proporsi yang jauh lebih tinggi daripada Koperasi. Proporsi nasabah Yayasan yang bekerja disubsektor perdagangan hampir separo yaitu 43,6 persen sedangkan pada Koperasi 22,7 persen.(Tabel 5.1.5). Perbedaan ini erat kaitannya dengan perbedaan dominasi jenis kelamin dimana pada Yayasan seluruh nasabahnya adalah perempuan yang untuk kecamatan Karangploso maupun kabupaten Malang cenderung lebih banyak melakukan kegiatan perdagangan daripada laki-laki.(Lampiran 2).

Tabel 5.1.5
Persentase Responden Menurut Lapangan Pekerjaan Utama
 (%)

JENIS PEKERJAAN	YAYASAN	KSP	BPR	TOTAL
Pertanian	37.3	5.5	31.8	24.8
Perdagangan	43.6	22.7	20,0	28.8
Industri	2.7	10.9	0,0	4.5
Jasa	6.4	16.4	9.1	10.6
(Peg/Krywn)	10	44.5	39.1	31.3
Lain-lain				
% N	100 (110)	100 (110)	100 (110)	100 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Responden yang mempunyai pekerjaan sampingan jumlahnya tidak terlalu banyak. Dari 330 orang responden, yang menyatakan mempunyai pekerjaan sampingan hanya 57 orang (kurang dari 20 persen). Hal ini menyiratkan adanya jam kerja yang cukup panjang pada pekerjaan utama responden sehingga sebagian besar mereka tidak mempunyai waktu lagi untuk melakukan pekerjaan lainnya.

Lapangan usaha pekerjaan sampingan yang paling diminati oleh responden adalah kegiatan perdagangan. Proporsi responden yang mempunyai pekerjaan sampingan pada kegiatan perdagangan mencapai 38,6 persen. Pada responden yang merupakan nasabah Yayasan, proporsinya mencapai 50,0 persen sedangkan

pada Koperasi dan BPR proporsinya hampir sama yaitu masing-masing 33,3 persen untuk Koperasi dan 31,6 persen pada BPR. (Tabel 5.1.6).

Kegiatan sampingan dibidang perdagangan ini pada umumnya berupa usaha toko/kios yang menjual kebutuhan sehari-hari. Tingginya minat responden pada pekerjaan sampingan berupa kegiatan berdagang dalam bentuk toko/kios adalah karena kegiatan ini mudah dilakukan sambil mengerjakan pekerjaan utama. Toko/kios bisa ditunggu oleh anggota keluarga lain pada saat responden melakukan kegiatan utamanya.

Tabel 5.1.6
Persentase Responden Menurut Lapangan Pekerjaan Sampingan (%)

JENIS PEKERJAAN	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Pertanian	15,0	16.7	15.8	15.7
Perdagangan	50,0	33.3	31.6	38.6
Industri	30,0	0,0	0,0	10.5
Jasa	0,0	5.5	0,0	1.7
(Peg/Krywn)	5,0	44.5	52.6	33.3
Lain-lain				
% N	100,0 (20)	100,0 (18)	100,0 (19)	100,0 (57)

Sumber : Data Primer diolah



5.2 Diskripsi LKM Sampel dan Keterlibatan Responden Dengan LKM

5.2.1 Diskripsi LKM Sampel

LKM yang menjadi sampel penelitian ini terdiri atas tiga jenis yaitu Yayasan Mitra Karya, Koperasi Simpan Pinjam Mitra Mandiri dan Bank Perkreditan Rakyat Gunung Ringgit. Diskripsi mengenai LKM tersebut meliputi mulai beroperasinya LKM yang bersangkutan, misi, jumlah nasabah, kriteria nasabah, batas maksimum kredit, tingkat bunga kredit, agunan, lama proses pencairan kredit dan sanksi kelambatan angsuran.

5.2.1.1 Yayasan Mitra Karya.

Kantor cabang Mitra Karya Karang Ploso mulai beroperasi di daerah penelitian pada tahun 2001. Secara struktural, kantor cabang Karangploso berada pada pembinaan dan pengawasan kantor pusat Yayasan yang berkedudukan di kota Malang. Kantor cabang Karang Ploso merupakan salah satu dari 10 kantor cabang yang dikelola Yayasan Mitra Karya.

Yayasa Mitra Karya merupakan lembaga pemberdayaan bagi rumah tangga kurang mampu. Misi utama lembaga ini adalah pemberdayaan ekonomi nasabah melalui pemberian kredit dengan metode yang diadopsi dari *Grameen Bank*. Yayasan Mitra Karya berdiri pada tahun 1993 dan sekarang mempunyai 10 kantor cabang yang tersebar di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Nusa Tenggara Barat.

Walaupun mencapai kesehatan finansial lembaga juga menjadi tujuan, namun sasaran utama program Yayasan adalah peningkatan kemampuan ekonomi nasabahnya. Dalam memberikan pelayanan kredit, nasabah adalah anggota binaan yang merupakan anggota dari kelompok/kumpulan yang terdiri atas 5 orang per kelompok.

Berbeda dengan Koperasi dan BPR yang tidak eksplisit menentukan kriteria nasabahnya, seluruh nasabah Yayasan Mitra Karya adalah wanita dari keluarga kurang mampu yang mempunyai usaha. Jumlah nasabah pada saat penelitian mencapai 1.043 orang.

Batas maksimum kredit yang diberikan kepada anggota binaanya adalah Rp 1.000.000,-. Namun pada saat penelitian belum ada nasabahnya yang memperoleh pinjaman sebesar itu karena pada umumnya nasabah yayasan masih tergolong baru dengan pinjaman rata-rata sebesar Rp 200.000,- sampai Rp 300.000,-. Apabila mereka disiplin dalam mengangsur, setelah pinjaman lunas dalam waktu 50 minggu (kurang lebih 1 tahun) mereka akan diijinkan mengajukan pinjaman dalam jumlah lebih besar sampai dengan Rp 1.000.000,-.

Pinjaman yang diberikan kepada nasabah adalah tanpa jaminan/agunan. Untuk nasabah penerima kredit, yayasan mengenakan biaya administrasi sebesar 2,5 persen per bulan dimana sebagian besar penghasilan ini oleh Yayasan digunakan untuk membayar honorarium petugas lapang. Angsuran dilakukan

secara mingguan. Setiap minggu nasabah membayar pokok pinjaman ditambah biaya administrasi.

Pada Yayasan Mitra Karya lama proses pencairan kredit adalah 1 minggu. Sanksi yang diberikan kepada nasabah bersifat persuasif-edukatif. Bagi nasabah yang terlambat mengangsur, yayasan tidak mengenakan denda namun bagi nasabah yang sangat tidak disiplin, Yayasan akan mengeluarkannya dari kelompok binaan atau tidak mengabulkan permohonan kredit untuk jumlah yang lebih besar.

Dari gambaran diatas, khususnya dilihat dari misi lembaga dalam melakukan pemberdayaan ekonomi usaha kecil bagi wanita kurang mampu, karakteristik Yayasan Mitra Karya yang dominan adalah *welfarist*.

5.2.1.2 Koperasi Mitra Mandiri

Tidak berbeda dengan Yayasan Mitra karya yang tergolong masih baru di wilayah penelitian, Koperasi Mitra Mandiri mulai beroperasi di daerah penelitian pada tahun 1999 dengan kegiatan utama berupa usaha simpan pinjam. Secara struktural, koperasi Mitra Mandiri berada dibawah pembinaan Dinas Koperasi Kabupaten Malang.

Koperasi Mitra Mandiri walaupun azasnya adalah kekeluargaan, namun lembaga ini tidak mempunyai program pemberdayaan ekonomi nasabah secara khusus. Misi utama LKM ini adalah menjaga kesehatan finansial lembaga termasuk upaya mencapai sisa hasil usaha (SHU) yang tinggi. Walaupun tingkat bunga

pinjaman yang dikenakan relatif rendah yaitu 1,9 persen per bulan, namun hal ini bukanlah dalam rangka pemberdayaan ekonomi anggota tetapi semata-mata sebagai salah satu strategi pemasaran jasa kredit.

Koperasi Mitra Usaha tidak mempunyai kriteria khusus untuk nasabah.

Setiap orang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota dan memperoleh kredit sepanjang mereka mempunyai kemampuan memenuhi persyaratan kredit berupa penyediaan agunan dalam bentuk surat bukti pemilikan kendaraan bermotor (BPKB) atau bukti pemilikan tanah (sertifikat tanah atau akta jual beli). Jumlah pinjaman yang diberikan tidak ada pembatasan.

Pelayanan kredit kepada anggota tergolong cepat. Apabila pemohon kredit sudah memenuhi persyaratan administrasi, kredit bisa dicairkan pada hari itu juga. Namun demikian, nasabah dituntut untuk disiplin tepat tanggal dalam membayar angsuran pinjaman. Setiap keterlambatan nasabah dikenakan denda sebesar Rp 500,- sampai dengan Rp 1.000,- per hari.

Dari gambaran diatas, nampak bahwa karakteristik koperasi Mitra Usaha lebih cenderung bersifat *institutionalist* dari pada *welfarist*.

5.2.1.3 Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Ringgit.

BPR Gunung Ringgit di wilayah penelitian termasuk lembaga kredit yang cukup lama dikenal masyarakat karena sejak tahun 1980 lembaga ini sudah mulai beroperasi di kawasan Karang Ploso. Secara struktural, kantor cabang Karang Ploso berada dibawah pengawasan kantor pusat Gunung Ringgit yang berkedudukan di kota Malang.

Kegiatan BPR Gunung Ringgit tidak berbeda dengan koperasi Mitra Usaha yaitu menerima tabungan dan memberi pelayanan kredit kepada siapa saja yang memerlukan dengan selalu berorientasi pada kesehatan finansial lembaga.

Walaupun sudah lama berdiri namun sampai dengan tahun 2004, jumlah nasabahnya hanya 260 orang. Tidak ada pembatasan plafond kredit dan tidak ada kriteria khusus bagi nasabah. Kecilnya jumlah nasabah kemungkinan besar disebabkan oleh tingginya suku bunga kredit yang dikenakan. Pada saat penelitian, tingkat bunga kredit yang dikenakan pada nasabah berkisar antara 4-5 persen per bulan.

Proses pencairan kredit cukup cepat. Apabila pamohon kredit secara administratif memenuhi syarat dan agunan berupa surat hak milik tanah atau kendaraan bermotor tersedia, maka pada hari yang sama nasabah sudah bisa menerima pencairan kredit.

Untuk menjaga disiplin angsuran, BPR Gunung Ringgit mengenakan sanksi berupa denda sebesar Rp 1.000,- atau 2 persen dari nilai agsuran untuk setiap satu hari keterlambatan pembayaran angsuran.

Dari gambaran diatas dapat disimpulkan bahwa BPR Gunung Ringgit merupakan lembaga kredit mikro kelompok *institutionalist*.

Secara ringkas, diskripsi mengenai karakteristik tiga LKM sampel nampak pada tabel 5.2.1.

Tabel 5.2.1
Diskripsi Karakteristik LKM Sampel

Karakter	LKM Sampel		
	YAYASAN	KOPERASI	BPR
Nama LKM	Mitra Karya	Mitra Mandiri	Gunung Ringgit
Mulai beroperasi	Tahun 2001	Tahun 1999	Tahun 1980
Misi	1. Pemberdayaan ekonomi nasabah 2. Kesehatan lembaga	Kesehatan lembaga	Kesehatan lembaga
Jumlah nasabah / anggota	1043 orang	900 orang	260 orang
Kriteria nasabah	Wanita miskin	--	--
Batas maksimum kredit	Rp 1.000.000,-	--	--
Tingkat bunga per bulan	2,5 persen	1,9 persen	4 – 5 persen
Agunan kredit	--	1. BPKB 2. Sertifikat Tanah	1. BPKB 2. Sertifikat Tanah
Lama proses pencairan kredit	1 minggu	1 hari	1 hari
Waktu Angsuran	Mingguan	1. Harian 2. Bulanan	Bulanan
Sanksi kelambatan angsuran	--	Denda Rp 500 s/d Rp 1.000 per hari	1. denda Rp 1000 per hari 2. denda 2 % dari nilai angsuran

Sumber : Data primer diolah

Keterlibatan responden dengan LKM merupakan kajian dari penelitian ini.

Untuk itu keterlibatan responden perlu dilihat mulai dari awal mula mereka mengenal LKM sampai dengan penggunaan kredit yang diperoleh. Pada bagian awal dikemukakan tentang sumber informasi responden mengenai LKM yang termasuk didalamnya mengenai pihak-pihak yang memberi saran untuk melakukan pinjaman. Kemudian dilanjutkan dengan paparan mengenai lamanya responden telah menjadi nasabah pada saat penelitian dilakukan. Bagian akhir dari sub bab ini secara spesifik dipaparkan mengenai faktor-faktor yang menjadi daya tarik LKM yang bersangkutan dan uraian mengenai jumlah kredit dan alokasi penggunaannya.

5.2.2 Sumber Informasi Mengenai Lembaga Kredit Mikro

Kawan atau saudara nampaknya merupakan sumber informasi utama bagi responden mengenai keberadaan LKM di wilayah mereka. Dari data primer yang diolah, sumber informasi dari kawan/saudara merupakan proporsi terbesar bagi seluruh responden (58,2 persen) kemudian diikuti oleh proporsi responden yang tahu sendiri keberadaan LKM yang bersangkutan (34,8 persen). Sumber informasi dari petugas LKM hanya 6,0 persen dan sumber informasi dari radio/pmflet/reklame hanya 1,0 persen (Tabel 5.2.2).

Apabila dilihat menurut lembaga, terdapat perbedaan yang nyata antara Yayasan dan Koperasi di satu pihak dengan BPR dilain pihak. Untuk responden

yang menjadi nasabah BPR, sumber informasi utama mereka adalah mereka mengetahui sendiri sedangkan bagi responden yang merupakan nasabah Yayasan dan Koperasi, sumber informasi utama adalah kawan/saudara. Bahkan untuk nasabah Yayasan, proporsi responden yang menyatakan bahwa mereka mengetahui keberadaan LKM dari kawan/saudara mencapai 90,9 persen.

Perbedaan pola sumber informasi tersebut bisa dimengerti karena pada umumnya masyarakat mengetahui bahwa BPR adalah merupakan lembaga penyedia kredit dengan lokasi kantor yang strategis dan papan namanya mudah dikenal, sehingga pada umumnya responden mengetahui sendiri keberadaan LKM tersebut. Tidak demikian halnya dengan Yayasan yang pada umumnya masyarakat belum mengetahui bahwa lembaga tersebut juga merupakan lembaga pemberi pinjaman.

Tabel 5.2.2
Persentase Responden Menurut Sumber Informasi Mengenai Keberadaan LKM
 (%)

SUMBER INFORMASI	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Tahu Sendiri	0.9	39.1	64.5	34.8
Kawan/Saudara	90.9	53.6	30,0	58.2
Petugas LKM	8.2	4.6	5.5	6,0
Radio/Pamflet/Reklame	0,0	2.7	0,0	1,0
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Apabila peranan kawan/saudara dalam memberikan informasi mengenai keberadaan LKM sangat besar, namun dalam keputusan melakukan peminjaman kepada LKM yang bersangkutan merupakan hal yang ditentukan oleh responden sendiri. Dari data yang diperoleh, proporsi terbesar mengenai pihak yang menyarankan pinjam adalah pihak responden sendiri (65,4 persen). Hal ini bisa dipahami karena tanggungjawab pengembalian kredit adalah merupakan tanggungjawab responden sendiri.

Dilihat menurut jenis LKM, nasabah BPR menduduki peringkat paling tinggi dalam hal keputusan sendiri dalam meminjam kredit (76,4 persen), kemudian diikuti oleh nasabah Yayasan (63,6 persen) dan Koperasi yang proporsinya 56,4 persen. (Tabel 5.2.3). Tingginya proporsi nasabah BPR yang mengambil

keputusan sendiri dalam melakukan peminjaman kredit erat kaitannya dengan relatif tingginya tingkat pendidikan rata-rata nasabah BPR.

Walaupun demikian, peranan saudara/kawan dalam mendorong responden untuk meminjam dana kepada LKM tidak kecil. Proporsi responden yang menyatakan bahwa saudara/kawan merupakan pihak yang menyarankan pinjam kredit mencapai 25,2 persen bagi seluruh responden. Untuk masing-masing jenis LKM, proporsi yang tertinggi adalah nasabah Koperasi (30,9 persen) kemudian nasabah Yayasan (27,3 persen) dan paling rendah adalah nasabah BPR yang proporsinya hanya 17,3 persen. (Tabel 5.2.3).

Tabel 5.2.3
Persentase Responden Menurut Pihak Yang Menyarankan Pinjam Dana LKM (%)

PIHAK YANG MENYARANKAN	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Kemauan sendiri	63.6	56.4	76.4	65.4
Petugas LKM	4.5	12.7	3.6	7,0
Kawan/Saudara	27.3	30.9	17.3	25.2
Suami/Istri/Famili	4.6	0,0	2.7	2.4
Lainnya	0,0	0,0	0,0	0
%	100,0	100,0	100,0	100,0
N	(110)	(110)	(110)	(330)

Sumber : Data Primer diolah

5.2.3 Lama Menjadi Nasabah dan Urutan Pinjaman Yang Diperoleh

Dilihat dari lamanya responden menjadi nasabah, proporsi terbesar bagi seluruh responden adalah mereka yang telah menjadi nasabah selama 2 tahun.

Secara total proporsi responden yang menyatakan demikian sebesar 40,3 persen.

Namun tingginya proporsi total responden ini lebih banyak dipengaruhi oleh proporsi nasabah Yayasan yang mencapai 78,2 persen. Bagi responden nasabah Koperasi dan BPR, proporsi terbesar adalah nasabah baru yaitu mereka yang menjadi nasabah kurang dari satu tahun (pada Koperasi proporsinya sebesar 41,8 persen sedangkan pada BPR sebesar 38,2 persen). (Tabel 5.2.4).

Tabel 5.2.4
Persentase Responden Menurut Lamanya Menjadi Nasabah LKM Ybs.
(%)

LAMA MENJADI NASABAH	YAYASAN	KSP (KOPERASI SIMAN PINJAM)	BPR (BANK PERKREDITAN RAKYAT)	TOTAL
<1Tahun	21,8	41.8	38.2	33,0
2 Tahun	78.2	25.5	17.3	40.3
3 Tahun	0,0	15.5	12.7	9.4
4 Tahun	0,0	12.7	8.2	7,0
5 Tahun	0,0	3.6	8.2	3.9
> 5 Tahun	0,0	0.9	15.4	6.4
%	100,0	100,0	100,0	100,0
N	(110)	(110)	(110)	(330)

Sumber : Data Primer diolah

Dari urutan pinjaman, polanya tidak berbeda dengan pola mengenai lamanya menjadi nasabah. Pada Yayasan, 78,2 persen dari responden yang menjadi nasabahnya menyatakan bahwa kredit yang diperoleh saat ini adalah merupakan pinjaman yang kedua dari Yayasan yang bersangkutan. Sedangkan bagi responden nasabah Koperasi dan BPR, proporsi terbanyak adalah mereka yang baru pertama kali meminjam dari LKM yang bersangkutan. (Pada Koperasi proporsinya sebesar 36,4 persen dan pada BPR prosentasenya mencapai 38,2 persen). (Tabel 5.2.5).

Tabel 5.2.5
Persentase Responden Menurut Urutan Pinjaman Yang Diterima Sekarang (%)

PINJAMAN	YAYASAN	KSP	BPR	TOTAL
Pertama	12.7	36.4	38.2	29,0
Kedua	78.2	23.6	18.2	40,0
Ketiga	2.7	17.3	9.1	9.7
Keempat	5.5	13.7	8.2	9.1
Kelima	0.9	4.5	4.5	3.4
Keenam lebih	0,0	4.5	21.8	8.8
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah

5.2.4 Daya Tarik LKM dan Pengetahuan Responden Mengenai Ketentuan Kredit

Untuk memperoleh gambaran mengenai alasan utama responden tertarik melakukan peminjaman kepada LKM yang bersangkutan diberikan beberapa alternatif alasan yaitu Bunga rendah, Prosedur mudah, Lokasi dekat, Tak ada pilihan lain dan alasan lainnya. Dari data yang terkumpul ternyata prosedur yang mudah merupakan faktor yang mejadi pertimbangan utama responden tertarik melakukan peminjaman pada LKM yang bersangkutan. Proporsi responden yang menyatakan demikian mencapai 55,4 persen untuk total responden. Proporsi kedua terbesar adalah Tingkat bunga yang rendah, kemudian diikuti oleh alasan Lokasi dekat. Yang menyatakan tidak ada pilihan lain hanya 5,8 persen dan alasan lain-lain sebesar 5,5 persen.

Apabila dilihat per jenis LKM terdapat perbedaan pola diantara mereka. Pada responden nasabah Koperasi, alasan tingkat bunga yang rendah merupakan alasan yang dominan. Proporsi responden Koperasi yang menyatakan tingkat bunga rendah menjadi alasan utama mencapai 47,3 persen. Alasan prosedur mudah lebih dominan bagi responden nasabah Yayasan dan BPR. Bahkan untuk asabah BPR, prosentase responden yang menyatakan bahwa faktor kemudahan prosedur merupakan alasan utama mereka mencapai 70,0 persen.

Untuk alasan Tidak ada pilihan lain, walaupun secara total proporsinya kecil, namun terdapat perbedaan angka yang mencolok antara nasabah Yayasan disatu

pihak dengan nasabah Koperasi dan BPR dilain pihak. Pada Koperasi dan BPR proporsi nasabah yang beralasan tidak ada pilihan lain masing-masing hanya 1,8 persen, pada nasabah Yayasan proporsinya mencapai 13,6 persen (Tabel 5.2.6). Perbedaan ini erat kaitannya dengan kondisi sosial ekonomi nasabah Yayasan yang sebagian besar tergolong berstatus ekonomi lemah dimana mereka tidak banyak mempunyai alternatif pilihan sumber pemdanaan akibat ketiadaan agunan yang menjadi persyaratan kredit pada umumnya.

Tabel 5.2.6
Persentase Responden Menurut Alasan Utama Meminjam ke LKM Ybs.
(%)

ALASAN UTAMA	YAYASAN	KSP	BPR	TOTAL
Bunga Rendah	15.5	47.3	4.5	22.4
Prosedur Mudah	57.3	39.1	70,0	55.4
Lokasi Dekat	7.3	8.2	17.3	10.9
Tak Ada Pilihan	13.6	1.8	1.8	5.8
Lain	6.3	3.6	6.4	5.5
Lain-lain				
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah



Pengetahuan nasabah mengenai peraturan atau ketentuan masing-masing LKM berkenaan dengan kredit yang mereka terima merupakan informasi yang penting mengingat responden berskala mikro -terlebih bagi mereka yang berpendidikan rendah- lebih memperhatikan jumlah dananya bisa mereka peroleh dari pada mengingat ketentuan-ketentuan lain yang pada dasarnya sudah dianggap sebagai sesuatu yang menjadi ketetapan lembaga pemberi pinjaman. Ketentuan yang berkaitan dengan kredit antara lain berkenaan dengan : Jumlah pinjaman maksimum yang bisa diperoleh; Bunga kredit yang harus dibayar; Lama waktu tunggu pencairan kredit dan perihal Sanksi/denda yang akan dikenakan bila nasabah dianggap melanggar ketentuan.

Berkenaan dengan pengetahuan responden mengenai ketentuan diatas, Proporsi terbesar dari total responden adalah mereka mengetahui mengenai Lama waktu pencairan kredit (80,6 persen), kemudian diikuti oleh pengetahuan mengenai Beban bunga kredit (54,2 persen), Sanksi/denda (36,4 persen) dan pengetahuan mengenai jumlah pinjaman maksimum (23,6 persen). (Tabel 5.2.7).

Apabila dilihat menurut jenis LKM, nampak pengetahuan mengenai Jumlah pinjaman maksimum paling banyak diketahui oleh nasabah Yayasan yang proporsinya mencapai 63,7 persen sedangkan nasabah Koperasi hanya 7,3 persen yang mengetahui jumlah pinjaman maksimum dan bahkan hanya 1,0 persen bagi nasabah BPR. Rendahnya pengetahuan nasabah Koperasi dan BPR perihal Jumlah kredit maksimum adalah karena bagi nasabah dua LKM tersebut tidak ada



ketentuan yang pasti tentang jumlah maksimum pinjaman karena besarnya kredit pada BPR dan Koperasi lebih banyak ditentukan oleh besarnya nilai agunan dan kapasitas usaha nasabah. Sedangkan bagi nasabah Yayasan, terhubung tidak adanya jaminan/agunan, maka jumlah maksimum pinjaman merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh Yayasan secara jelas.

Pengetahuan mengenai besarnya Bunga kredit lebih banyak dimiliki oleh nasabah BPR dan Koperasi daripada nasabah Yayasan. Proporsi nasabah BPR dan Koperasi yang mengetahui besarnya beban bunga pinjaman masing-masing sebesar 94,5 persen dan 64,5 persen sedangkan proporsi nasabah Yayasan yang mengetahui besarnya beban bunga hanya 3,6 persen. Rendahnya pengetahuan nasabah Yayasan mengenai besarnya tingkat bunga kredit adalah karena pada Yayasan tidak ada istilah bunga tetapi diganti dengan istilah Biaya Administrasi (Adm.). Disamping itu pada umumnya nasabah Yayasan hanya tertarik mengenai berapa jumlah angsuran yang harus mereka bayar bila mereka memperoleh pinjaman sejumlah tertentu. Walaupun petugas lapang Yayasan memberi penjelasan bahwa nilai Total Angsuran adalah jumlah dari nilai Angsuran Pokok ditambah besarnya nilai Biaya Administrasi, nasabah Yayasan lebih suka menghafal besarnya nilai Total Angsuran saja. Akibatnya mereka lupa berapa nilai bunga atau biaya administrasi yang sebenarnya.

Pengetahuan mengenai Lama waktu tunggu pencairan kredit pada umumnya diketahui oleh seluruh nasabah Yayasan dan BPR dan sebagian

nasabah Koperasi. Proporsi nasabah Yayasan dan BPR yang mengetahui hal lama waktu pencairan masing-masing mencapai 95,5 persen dan 97,3 persen.

Sedangkan proporsi nasabah Koperasi yang mengetahui perihal ini hanya separo (49,0 persen). Perbedaan ini adalah karena waktu pencairan kredit pada Koperasi tidak sama antara nasabah satu dengan lainnya sedangkan pada BPR dan Yayasan waktu pencairannya lebih pasti.

Pengetahuan mengenai denda/sanksi tidak banyak dimiliki oleh nasabah Yayasan dan BPR dibandingkan dengan nasabah Koperasi. Proporsi nasabah Yayasan yang mengetahui perihal sanksi/denda hanya 17,3 persen sedangkan untuk nasabah BPR proporsinya sebesar 31,8 persen. Sedangkan untuk nasabah Koperasi proporsinya mencapai 60,0 persen. (Tabel 5.2.7).

Tabel 5.2.7

Persentase Responden Menurut Pengetahuannya Tentang Peraturan Jumlah Pinjaman Maksimum, Tingkat Bunga, Waktu Tunggu dan Denda (%)

PERATURAN MENGENAI	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Jmlh.Pinjaman Maksimum	63,7	7,3	1,0	23,6
Bunga Kredit	3,6	64,5	94,5	54,2
Lama Waktu Tunggu	95,5	49,0	97,3	80,6
Adanya sanksi/denda	17,3	60,0	31,8	36,4

Sumber : Data Primer Diolah



5.2.5 Jumlah Kredit dan Alokasi Penggunaan

Apabila dilihat pada responden secara total, jumlah responden paling besar adalah mereka yang memperoleh pinjaman dalam jumlah lebih dari satu juta tapi masih dibawah lima juta; 46,0 persen dari seluruh responden berada pada katagori ini. Proporsi terbesar kedua adalah mereka yang memperoleh pinjaman kecil yaitu kurang dari lima ratus ribu rupiah. Namun jika dilihat per jenis LKM, jumlah kredit yang diterima oleh responden cukup bervariasi.

Untuk nasabah BPR, jumlah nasabah terbanyak adalah yang memperoleh kredit senilai lebih dari satu juta tapi kurang dari lima juta. Nasabah BPR yang berada pada kelompok ini proporsinya mencapai 65,5 persen. Proporsi terbesar kedua adalah nasabah penerima kredit lebih kecil yaitu sejumlah antara lima ratus ribu sampai satu juta rupiah dengan proporsi sebesar 24,5 persen. Apabila proporsi ini dijumlah, maka 90 persen nasabah BPR menerima kredit dengan jumlah antara lima ratus ribu sampai lima juta rupiah.

Bagi nasabah Koperasi, jumlah terbesar juga mereka yang memperoleh kredit senilai antara satu juta sampai lima juta rupiah, dimana proporsinya mencapai 71,8 persen. Proporsi terbesar kedua adalah nasabah yang menerima kredit senilai antara lima juta sampai sepuluh juta. Untuk katagori ini proporsinya sebesar 13,6 persen. Dengan menjumlahkan kedua angka proporsi tersebut, maka berarti 85,4 persen nasabah Koperasi memperoleh pinjaman senilai antara satu juta sampai sepuluh juta rupiah.



Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah Koperasi cenderung menerima kredit dalam jumlah yang lebih besar pada nasabah BPR. Tingginya kecenderungan nasabah Koperasi bisa memperoleh jumlah pinjaman lebih besar nampaknya erat kaitannya dengan tingkat pendidikan nasabah Koperasi yang cenderung lebih tinggi daripada tingkat pendidikan nasabah BPR. Proporsi nasabah Koperasi yang berpendidikan sarjana relatif lebih besar daripada nasabah BPR (Tabel 5.1.9).

Untuk nasabah Yayasan, hampir seluruhnya menerima pinjaman kecil yaitu senilai kurang dari lima ratus ribu. Walaupun sebagian besar mereka sudah menjadi nasabah selama dua tahun dan pinjaman sekarang adalah pinjaman kedua, namun 94,5 persen responden nasabah Yayasan hanya menerima pinjaman dibawah lima ratus ribu rupiah. Kecilnya jumlah pinjaman bagi nasabah Yayasan adalah karena sebagian besar nasabah tergelong berstatus ekonomi lemah. Hal ini menyiratkan kecilnya skala usaha mereka sehingga jumlah kredit yang bisa diberikan oleh Yayasan disesuaikan dengan kemampuan mereka yang juga kecil. Terlebih kredit yang diberikan oleh Yayasan adalah pinjaman tanpa agunan, maka pemberian kredit dalam jumlah besar kepada nasabah kurang mampu jelas akan menimbulkan resiko berupa kredit macet akibat ketidakimbangan antara jumlah angsuran yang besar dengan kemampuan keuangan nasabah yang masih kecil.

Tabel 5.2.8
Persentase Responden Menurut Jumlah Pinjaman Yang Diperoleh Sekarang
(%)

JUMLAH PINJAMAN	YAYASAN	KSP	BPR	TOTAL
<= RP 500.000	94,5	1,8	5,5	34,0
501.000-1.000.000	4,5	6,4	24,5	11,8
1.000.0001-5.000.000	1,0	71,8	65,5	46,0
5.000.001-10.000.000	0,0	13,6	3,6	5,8
> 10.000.000	0,0	6,4	0,9	2,4
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Dilihat menurut tujuan responden memperoleh kredit, nampak bahwa tidak semua responden menggunakan dana pinjaman dari LKM untuk keperluan produktif. Terdapat 24,8 persen dari seluruh responden yang tujuan meminjam dana bukan untuk keperluan usaha tetapi untuk memenuhi kebutuhan lain seperti untuk tambahan biaya renovasi rumah, membayar hutang, biaya sekolah anak dsb. Walaupun demikian, proporsi responden yang mempunyai tujuan produktif masih cukup tinggi yaitu 75,2 persen. (Tabel 5.2.9).

Apabila dipisahkan menurut jenis LKM nampak bahwa nasabah Yayasan lebih banyak yang berorientasi produktif atas kredit yang diperoleh daripada nasabah Koperasi maupun BPR. Proporsi nasabah Yayasan yang mempunyai tujuan produktif mencapai 86,4 persen sedangkan pada Koperasi dan BPR

proporsinya masing-masing hampir sama yaitu 69,0 persen untuk Koperasi dan 70,0 persen untuk BPR. (Tabel 5.2.9).

Lebih tingginya proporsi nasabah Yayasan yang mempunyai tujuan produktif erat kaitannya dengan tujuan Yayasan dalam pemberian kredit dimana Yayasan memang mempunyai ketentuan atas arah penggunaan kredit yang harus digunakan untuk tujuan produktif . Hal ini berbeda dengan Koperasi maupun BPR yang tidak mempunyai kebijakan atau aturan baku mengenai alokasi penggunaan kredit bagi nasabahnya. Yayasan memang mempunyai misi pemberdayaan kepada anggota binaannya sedangkan Koperasi dan BPR tidak mempunyai misi sosial yang spesifik sebagaimana misi Yayasan.

Tabel 5.2.9
Persentase Responden Menurut Alokasi Penggunaan Kredit
(%)

ALOKASI KREDIT	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Mempunyai Tujuan Produktif	86,4	69,0	70,0	75,2
Tanpa Tujuan Produktif	13,6	31,0	30,0	24,8
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah

Namun demikian apabila dilihat dari intensitas penggunaan kredit untuk tujuan produktif, nampak bahwa nasabah Yayasan intensitasnya lebih rendah

dibanding nasabah Koperasi dan BPR. Pada responden nasabah Yayasan, proporsi mereka yang menggunakan seluruh dana pinjaman untuk keperluan produktif hanya 79,0 persen sedangkan pada responden nasabah Koperasi mencapai 90,8 persen bahkan bagi nasabah BPR proporsi nasabah yang menggunakan 100 persen dana kreditnya untuk tujuan produktif mencapai 98,7 persen. (Tabel 5.2.10). Fenomena ini menyiratkan bahwa bagi nasabah kurang mampu sebagaimana nasabah Yayasan, keperluan dana untuk biaya lain diluar usaha produktif sebenarnya cukup banyak. Mengingat akses sumber dana bagi mereka sangat terbatas, maka sebagian dana pinjaman dari Yayasan digunakan untuk menutup keperluan lain yang sifatnya lebih mendesak.

Tabel 5.2.10
Persentase Responden Menurut Proporsi Kredit Untuk Tujuan Produktif
(%)

PROPORSI DANA UNTUK TUJUAN PRODUKTIF	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
100%	79,0	90,8	98,7	88,7
50 – 99%	16,8	2,6	1,3	7,7
< 50%	4,2	6,6	0,0	3,6
% N	100,0 (95)	100,0 (76)	100,0 (77)	100,0 (248)

Sumber : Data Primer diolah



Penggunaan dana kredit untuk keperluan diluar usaha produktif juga digunakan untuk membayar hutang pada pihak lain. Hal ini nampak pada angka proporsi responden yang menyatakan tidak mempunyai pinjaman kepada pihak selain LKM yang bersangkutan. Dari data primer yang diolah terdapat 78,2 persen dari seluruh responden yang menyatakan tidak mempunyai pinjaman kepada pihak lain. Hal ini berarti terdapat 21,8 persen responden yang masih mempunyai pinjaman kepada pihak lain. Dilihat menurut jenis LKM nampak bahwa proporsi nasabah BPR yang menyatakan tidak mempunyai hutang pada pihak lain lebih rendah daripada nasabah Yayasan maupun Koperasi. Pada nasabah Yayasan, proporsi nasabah yang menyatakan tidak mempunyai pinjaman pada pihak lain sebesar 80,9 persen dan pada Koperasi mencapai 83,6 persen. Apabila angka proporsi ini diartikan sebagai kecenderungan menghindari hutang, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BPR mempunyai kecenderungan menghindari hutang yang paling rendah, atau dengan kata lain nasabah BPR mempunyai kecenderungan berhutang paling tinggi dan nasabah Koperasi mempunyai kecenderungan berhutang paling rendah.



Tabel 5.2.11
 Persentase Responden Yang Masih Mempunyai Pinjaman Pada Pihak Lain
 (%)

MEMPUNYAI PINJAMAN KEPADA PIHAK LAIN	YAYASAN	KOPERASI	BPR	TOTAL
Tidak Ada	80.9	83.6	70	78.2
Ada Dari Sdr/Kawan	10.9	10.9	23.6	15.2
/Juragan LKM Lain	8.2	5.5	6.4	6.6
% N	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (110)	100,0 (330)

Sumber : Data Primer diolah

5.3 Hasil Analisis Kuantitatif dan Pembahasan.

5.3.1 Uji Hipotesis

5.3.1.1 Uji Validitas, Reliabilitas dan Godness of Fit

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen (indikator) yang digunakan mampu mengungkap variabel laten dengan tepat. Hasil uji validitas nampak pada score r (korelasi) antar item. Dengan pendekatan *product moment*, bilamana koefisien korelasi antara skor suatu indikator dengan skor total seluruh indikator positif dan lebih besar dari 0,30 maka indikator tersebut sudah memenuhi syarat validitas (Masrun, dalam Solimun, 2002). Dalam penelitian ini semua score yang dihitung mempunyai koefisien korelasi lebih dari 0,30 (Lampiran 1). Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan pada penelitian ini mempunyai

kemampuan yang cukup memadai untuk mengungkap seluruh dimensi/variabel laten yang ada.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur/instrumen yang digunakan. Dengan pendekatan *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikategorikan reliabel apabila mempunyai alpha sebesar 0,60 atau lebih (Arikunto, 1998). Dalam penelitian ini, tidak semua instrumen mempunyai nilai alpha sebesar 0,60 atau lebih. Nilai alpha untuk indikator kehandalan dan empati jasa kredit masing-masing sebesar 0,33 dan 0,59 sedangkan untuk indikator kehandalan dan daya tanggap petugas nilai alphanya masing-masing adalah 0,92 dan 0,90. Untuk indikator empati petugas, kesetiaan dan disiplin nasabah masing-masing mempunyai nilai alpha sebesar 0,53; 0,58 dan 0,37 (Lampiran 1). Dengan demikian beberapa instrumen penelitian ini mempunyai tingkat reliabilitas yang berada dibawah kriteria dan beberapa indikator reliabilitasnya lebih besar dari kriteria yang ditentukan.

Uji *Goodness of Fit* digunakan untuk mengetahui kualitas model yang digunakan. Model dikatakan baik (*fit*) apabila pengembangan model hipotetik secara konseptual dan teoritis didukung oleh data empirik (Solimun, 2002). Sebuah model tergolong baik apabila memenuhi 5 kriteria yaitu : a) $p \text{ value} > 0,05$; b) nilai Chi Square/DF $< 2,0$; c) nilai GFI $> 0,90$; d) nilai AGFI $> 0,90$ dan e) nilai RMSEA $< 0,08$. Dalam penelitian ini diperoleh a) $p \text{ value} = 0,002$; b) Chi Square/DF = 1,382; c) nilai GFI = 0,946; d) nilai AGFI = 0,912 dan e) nilai RMSEA = 0,03 (Lampiran 3).

Dengan demikian model yang digunakan pada penelitian ini tergolong baik karena dari 5 kriteria yang ditentukan, terdapat 4 kriteria yang memenuhi syarat.

5.3.1.2 Hasil Uji Hipotesis Dengan Pendekatan SEM.

Dengan menggunakan perangkat lunak program komputer AMOS 4.01, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa dari hipotesis yang dikemukakan, tiga hipotesis berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan nasabah terbukti secara signifikan sedangkan hipotesis yang lain (termasuk yang berkaitan dengan disiplin nasabah) tidak memperoleh bukti empirik yang signifikan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan alpha 10 persen, faktor Kehandalan Jasa Kredit, faktor Empati Jasa Kredit dan faktor Kehandalan Petugas berpengaruh secara nyata terhadap kesetiaan nasabah.

Secara rinci hasil uji hipotesis nampak pada tabel 5.3.1 dibawah ini.

Tabel 5.3.1
Hasil Uji Hipotesis
(Regression Weights)

Hipo tesis	Variabel Terikat	Variabel Bebas	Estimate	SE	CR	P	Keterangan
H 1	Kesetiaan nasabah	Kehandalan JK	0,251	0,140	1,799	0,072	Signifikan
H 2	Kesetiaan nasabah	Daya Tanggap JK	- 0,005	0,019	- 0,287	0,774	Non signifkn
H 3	Kesetiaan nasabah	Empati JK	0,079	0,040	1,967	0,049	Signifikan
H 4	Kesetiaan nasabah	Kehandalan Ptgs	0,078	0,038	2,077	0,038	Signifikan
H 5	Kesetiaan nasabah	Daya Tanggap Ptgs	- 0,006	0,040	- 0,162	0,871	Non signifkn
H 6	Kesetiaan nasabah	Empati Ptgs	- 0,010	0,009	- 1,118	0,264	Non signifkn
H 7	Disiplin angsuran	Kehandalan JK	0,191	0,127	1,497	0,134	Non signifkn
H 8	Disiplin angsuran	Daya Tanggap JK	0,020	0,016	1,238	0,216	Non signifkn
H 9	Disiplin angsuran	Empati JK	- 0,012	0,022	- 0,525	0,600	Non signifkn
H 10	Disiplin angsuran	Kehandalan Ptgs	0,028	0,024	1,169	0,242	Non signifkn
H 11	Disiplin angsuran	Daya Tanggap Ptgs	- 0,034	0,032	- 1,063	0,288	Non signifkn
H 12	Disiplin angsuran	Empati Ptgs	- 0,001	0,006	- 0,135	0,893	Non signifkn
H 13	Disiplin angsuran	Kesetiaan nasabah	- 0,055	0,043	- 1,269	0,204	Non signifkn

Sumber : Lampiran 3

Dilihat dari segi intensitas pengaruhnya terhadap variabel terikat, secara statistik faktor kehandalan jasa kredit mempunyai pengaruh paling besar (dengan nilai estimate pada standardized regression weight sebesar 0,180), kemudian

diikuti oleh faktor empati jasa kredit (0,147) dan faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah kehandalan petugas (0,140) (Tabel 5.3.2).

Tabel 5.3.2
Hasil Uji Statistik
(Standardized Regression Weights)

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Estimate
Kesetiaan nasabah	Kehandalan JK	0,180
Kesetiaan nasabah	Daya Tanggap JK	- 0,017
Kesetiaan nasabah	Empati JK	0,147
Kesetiaan nasabah	Kehandalan Ptgs	0,140
Kesetiaan nasabah	Daya Tanggap Ptgs	- 0,009
Kesetiaan nasabah	Empati Ptgs	- 0,057
Disiplin angsuran	Kehandalan JK	0,283
Disiplin angsuran	Daya Tanggap JK	0,129
Disiplin angsuran	Empati JK	- 0,045
Disiplin angsuran	Kehandalan Ptgs	0,102
Disiplin angsuran	Daya Tanggap Ptgs	- 0,094
Disiplin angsuran	Empati Ptgs	- 0,009
Disiplin angsuran	Kesetiaan nasabah	- 0,114

Sumber : Lampiran 3

Mengacu pada konsep Brady dan Cronin (2001) yang menjadi landasan utama penelitian ini maka hasil penelitian ini membuktikan bahwa pada dimensi



kualitas manfaat jasa (dalam penelitian ini sebagai proksi kualitas manfaat jasa adalah Jasa Kredit) faktor yang memberi kepuasan dan menentukan kesetiaan nasabah adalah Kehandalan dan Empati jasa kredit itu sendiri. Sedangkan pada dimensi kualitas interaksi (dimana sebagai proksi kualitas interaksi adalah Petugas), faktor yang menentukan kepuasan dan kesetiaan nasabah adalah Kehandalan petugas. Dengan demikian faktor kehandalan terbukti sebagai determinan kepuasan nasabah jasa LKM di daerah sampel baik yang berkaitan dengan dimensi teknis (kualitas manfaat jasa) maupun dimensi fungsional (kualitas interaksi). Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry tahun 1991 yang menyatakan bahwa dimensi utama yang mempengaruhi kepuasan dan kemudian kesetiaan konsumen jasa adalah kehandalan (*reliability*). (Parasuraman et al, 2000).

5.3.2 Hasil Analisis Perbedaan LKM dengan Pendekatan ANOVA.

Dengan menggunakan pendekatan ANOVA, hasil analisis varians menunjukkan adanya perbedaan antar LKM secara signifikan dalam hal kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas, dan kesetiaan anggota. Untuk variabel empati petugas dan disiplin anggota tidak terdapat perbedaan yang nyata. (Lampiran 4). Secara ringkas hasil analisis uji beda terhadap LKM sampel dengan pendekatan ANOVA nampak pada tabel 5.3.3 dibawah ini.

Tabel 5.3.3 : Perbedaan LKM Menurut Variabel Bebas dan Terikat

Variabel	Perbedaan Secara Statistik
Variabel Bebas :	
1. Kehandalan Jasa Kredit	Signifikan
2. Daya Tanggap Jasa Kredit	Signifikan
3. Empati Jasa Kredit	Signifikan
4. Kehandalan Petugas	Signifikan
5. Daya Tanggap Petugas	Signifikan
6. Empati Petugas	Non Signifikan
Variabel Terikat :	
1. Kesetiaan Nasabah	Signifikan
2. Kedisiplinan Nasabah	Non Signifikan

Sumber : Lampiran 4

Disamping menghasilkan analisis signifikansi uji beda, hasil lain yang diperoleh dengan pendekatan ANOVA nilai nilai mean masing-masing variabel bebas dan variabel terikat untuk masing-masing LKM sampel.

Untuk variabel kehandalan jasa kredit, nilai mean Yayasan sebesar $-0,271$; Koperasi $0,185$ dan BPR $0,085$. Dengan demikian, nilai mean tertinggi untuk kehandalan jasa kredit adalah Koperasi sedangkan terendah adalah Yayasan. Pada variabel daya tanggap jasa kredit, nilai mean tertinggi adalah pada BPR ($0,614$),

kemudian diikuti oleh Koperasi (0,185) dan kemudian Yayasan sebesar -0,799.

Pada variabel empati jasa kredit, nilai mean paling tinggi adalah pada Yayasan (0,573) kemudian diikuti oleh BPR (-0,163) dan kemudian oleh Koperasi (-0,410).

Untuk variabel kehandalan petugas, nilai mean tertinggi adalah pada Koperasi (0,312), kemudian Yayasan (0,108) baru kemudiandiikuti oleh BPR (-0,421). Mean

untuk variabel daya tanggap petugas tertinggi adalah pada BPR (0,391), kemudian

Koperasi (0,043) dan terendah pada Yayasan (-0,434). Mean empati petugas

paling tinggi nampak pada Koperasi (0,010), diikuti oleh BPR (-0,002) dan

Yayasan (-0,008) sedangkan pada variabel kesetiaan nasabah, nilai mean tertinggi

adalah pada Yayasan (0,201) kemudian diikuti oleh Koperasi (0,182) dan paling

rendah adalah BPR (-0,383). Untuk variabel disiplin nasabah, nilai mean paling

tinggi adalah pada Koperasi (0,048) diikuti oleh Yayasan (0,003) dan paling kecil

ada pada BPR (-0,052). (lampiran 4).

Dengan demikian, apabila diurut menurut rangking mean variabel yang berbeda secara signifikan, maka diskripsinya nampak pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.3.4

Ranking LKM Menurut Nilai Mean Dari Variabel yang Berbeda Nyata

Variabel	Ranking		
	Yayasan	Koperasi	BPR
Variabel Bebas :			
1. Kehandalan Jasa Kredit	3	1	2
2. Daya Tanggap Jasa Kredit	3	2	1
3. Empati Jasa Kredit	1	3	2
4. Kehandalan Petugas	2	1	3
5. Daya Tanggap Petugas	3	2	1
Variabel Terikat :			
Kesetiaan Nasabah	1	2	3

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel diatas nampak bahwa LKM Yayasan walaupun sebagian besar variabel bebasnya mempunyai nilai mean yang lebih kecil daripada Koperasi dan BPR, namun Yayasan mempunyai nilai mean empati jasa kredit dan kesetiaan nasabah paling tinggi. Hal ini menyiratkan bahwa LKM yang berorientasi pada kesejahteraan nasabah (*welfarist*) memperoleh nasabah yang tingkat kesetiannya lebih tinggi daripada LKM yang *institutionalist* (Koperasi dan BPR).



5.3.3 Pembahasan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan dan Kedisiplinan Nasabah.

5.3.3.1 Pengaruh Kehandalan Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel kehandalan jasa kredit mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hal ini sesuai dengan prediksi hipotesis (H1) sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan kredit dalam membantu nasabah mencapai tujuan keuangannya semakin tinggi tingkat kesetiaan nasabah.

Pada penelitian ini indikator dari variabel kehandalan jasa kredit adalah jumlah pinjaman dan efektifitas kredit. Dengan demikian hasil penelitian ini menyiratkan suatu fakta bahwa semakin besar jumlah pinjaman dan semakin tinggi daya guna dana pinjaman dalam membantu kebutuhan keuangan nasabah, semakin tinggi derajat kesetiaan nasabah.

Namun demikian apabila diperhatikan lebih jauh, variabel kehandalan jasa kredit sebenarnya lebih didominasi oleh indikator efektifitas kredit daripada jumlah kredit. Hal ini nampak pada nilai estimate dari indikator efektifitas kredit yang lebih tinggi daripada nilai estimate indikator jumlah kredit (0,611 dibanding 0,388, Lampiran 3). Dengan demikian kesetiaan nasabah LKM lebih dipengaruhi oleh efektifitas/daya guna kredit daripada jumlah kredit.

Kehandalan jasa kredit adalah tingkat kemampuan kredit LKM dalam membantu nasabah mencapai tujuan penggunaan dana pinjaman. Untuk

mengidentifikasi bagaimana persepsi nasabah terhadap kehandalan jasa kredit digunakan dua indikator yaitu besarnya jumlah pinjaman dan efektifitas kredit.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa untuk indikator kecukupan kredit, nasabah LKM mempunyai berpendapat bahwa jumlah pinjaman yang diperoleh hanya mencukupi kebutuhan mereka secara minimal. Prosentase nasabah yang mempunyai persepsi demikian mencapai 74,5 persen dan 20,3 persen nasabah merasa jumlahnya kurang serta 0,9 persen yang merasa sangat kurang. Nasabah yang merasa jumlah kreditnya lebih dari cukup hanya 4,2 persen. Tidak ada nasabah yang merasa jumlah kredit yang diperolehnya sangat berlebihan (tabel 5.3.5). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada umumnya penilaian nasabah LKM atas indikator jumlah kredit adalah *simple confirmation*.

Tabel 5.3.5
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Kecukupan Pinjaman
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat kurang	2,7	0,0	0,0	0,9
Kurang	23,6	20,0	17,3	20,3
Cukup	66,4	80,0	77,3	74,5
Lebih dari cukup	7,3	0,0	5,5	4,2
Sangat berlebihan	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Dilihat dari indikator efektifitas pinjaman, nampak bahwa sebagian besar dari total nasabah LKM merasa puas. Lebih dari separo nasabah (52,7 persen)

mempunyai persepsi bahwa kredit yang diperoleh cukup bermanfaat/manfaatnya sedang dan 28,8 persen menyatakan manfaatnya besar. Hanya 15,5 persen nasabah yang merasa bahwa kredit yang diterima manfaatnya sedikit. (tabel 5.3.6).

Tabel 5.3.6
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Efektifitas Pinjaman
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Manfaatnya sangat sedikit	1,8	0,9	0,9	1,2
Manfaatnya sedikit	25,5	1,8	19,1	15,5
Manfaatnya sedang	56,4	58,2	43,6	52,7
Manfaatnya besar	14,5	35,5	36,4	28,8
Manfaatnya sangat besar	1,8	3,6	0,0	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

5.3.3.2 Pengaruh Daya tanggap Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel daya tanggap jasa kredit mempunyai hubungan negatif tetapi tidak signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hasil ini tidak sesuai dengan prediksi hipotesis H2 yang memprediksi variabel daya tanggap jasa kredit berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah.

Tidak adanya pengaruh signifikan dari kehandalan jasa kredit terhadap kesetiaan nasabah kemungkinan besar ada kaitannya dengan indikator yang digunakan. Indikator daya tanggap jasa kredit yang digunakan pada penelitian ini adalah lamanya waktu tunggu yang diperlukan nasabah untuk menerima realisasi pinjaman. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa waktu tunggu yang diperlukan

nasabah Koperasi dan BPR untuk menerima realisasi kredit sangat singkat yaitu sekitar satu sampai 2 jam saja. Dengan demikian tidak ada variasi yang mencolok diantara nasabah Koperasi dan BPR dalam masalah waktu tunggu. Mengingat jumlah total sampel nasabah Koperasi ditambah nasabah BPR merupakan dua pertiga bagian dari total sampel, maka berarti tidak ada variasi yang mencolok antara responden dalam hal waktu tunggu/daya tanggap jasa kredit.

Walaupun variabel daya tanggap tidak berpengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah, hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah LKM mempunyai penilaian yang positif terhadap daya tanggap jasa kredit. Sebanyak 67,3 persen nasabah LKM menyatakan bahwa waktu tunggu pencairan kredit tergolong cepat. Proporsi ini merupakan proporsi terbesar bagi total nasabah. Proporsi terbesar kedua adalah nasabah yang menyatakan waktu tunggu pencairan kredit termasuk sedang/biasa yang proporsinya sebesar 19,7 persen. (tabel 5.3.7).

Tabel 5.3.7
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Waktu Tunggu Pencairan Kredit
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat lama	0,9	0,0	0,0	0,3
Lama	24,5	10,0	0,0	11,5
Sedang/biasa	48,2	10,9	0,0	19,7
Cepat	26,4	77,3	98,2	67,3
Sangat cepat	0,0	1,8	1,8	1,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah



5.3.3.3 Pengaruh Empati Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel empati jasa kredit mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Bentuk hubungan antara empati jasa kredit dengan kesetiaan nasabah menunjukkan tanda positif. Temuan ini nampaknya sesuai dengan teori yang ada dimana empati mempunyai hubungan yang positif dengan persepsi dan kesetiaan konsumen (Parasuraman et al, 1985).

Empati (*Empathy*) adalah derajat perhatian jasa kredit LKM dalam memahami masalah keuangan nasabah. Pada penelitian ini terdapat 4 indikator untuk variabel empati jasa kredit yaitu: 1) persyaratan memperoleh kredit, 2) beban bunga, 3) beban angsuran dan 4) frekwensi waktu angsuran. Empati jasa kredit kepada nasabah akan lebih besar dalam bentuk persyaratan kredit yang lebih mudah, beban bunga yang lebih rendah, dan beban angsuran yang lebih kecil.

Dari analisis statistik nampak bahwa indikator persyaratan kredit lebih mendominasi variabel empati jasa kredit daripada indikator lainnya. Nilai estimate persyaratan kredit pada standardized regression weights di Lampiran 3 mencapai 1,000 (sedangkan untuk indikator beban bunga nilainya 0,214, untuk beban angsuran besarnya 0,116 dan untuk indikator waktu angsuran nilai estimasinya 0,333). Dengan demikian interpretasi dari uji hipotesis H3 adalah semakin ringan persyaratan kredit (berarti semakin tinggi empati jasa kredit), semakin tinggi tingkat kesetiaan nasabah LKM.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa saat ini persepsi nasabah terhadap empati jasa kredit cukup baik. Untuk indikator persyaratan memperoleh kredit, beban bunga pinjaman, beban angsuran dan waktu / frekwensi angsuran sebagian besar responden merasa ringan (84,2 persen menyatakan persyaratan kredit mudah; 53,0 persen menyatakan beban bunga dirasakan sedang; 63,3 persen meyakini beban angsuran sedang dan 61,8 persen merasa waktu/frekwensi angsuran longgar (tabel 5.3.8; tabel 5.3.9; tabel 5.3.10; dan tabel 5.3.11).

Tabel 5.3.8
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Persyaratan Memperoleh Kredit (%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat sulit	0,0	0,0	0,0	0,0
Sulit	4,5	0,9	0,0	1,8
Sedang / biasa	29,1	4,5	1,8	11,8
Mudah	65,5	91,8	95,5	84,2
Sangat mudah	0,9	2,7	2,7	2,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel 5.3.9
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Beban Bunga Pinjaman
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat berat	0,0	0,0	0,0	0,0
Berat	5,5	2,7	12,7	7,0
Sedang	55,4	28,2	75,5	53,0
Ringan	39,1	68,2	11,8	39,7
Sangat ringan	0,0	0,9	0,0	0,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel 5.3.10

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Beban Jumlah Angsuran
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat berat	0,0	0,0	0,0	0,0
Berat	12,7	5,5	11,8	10,0
Sedang	57,3	48,2	84,5	63,3
Ringan	29,1	45,5	3,6	26,1
Sangat ringan	0,9	0,9	0,0	0,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel 5.3.11

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Ketentuan Waktu/Frekwensi Angsuran
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat ketat	0,9	0,0	0,0	0,3
Ketat	29,1	1,8	0,0	10,3
Sedang	41,8	24,5	13,6	26,7
Longgar	28,2	70,9	86,4	61,8
Sangat longgar	0,0	2,7	0,0	0,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

5.3.3.4 Pengaruh Kehandalan Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel kehandalan petugas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hal ini sesuai dengan prediksi hipotesis (H 4) sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan petugas dalam membantu nasabah mencapai tujuan keuangannya semakin tinggi tingkat kesetiaan nasabah.



Pada penelitian ini indikator dari variabel kehadalan petugas adalah penyampaian informasi mengenai kredit dan persyaratannya, kemampuan dalam memproses administrasi pencairan kredit dan kemampuan dalam melakukan pencatatan angsuran. Berdasarkan hasil komputasi dengan pendekatan standized regression weights, nilai estimasi paling tinggi adalah pada indikator penyampaian informasi kredit dan persyaratannya (1,000) sedangkan untuk indikator pencatatan jumlah angsuran dan pencatatan realisasi kredit masing-masing sebesar 0,788 dan 0,853.(Lampiran 3). Dengan demikian hasil uji hipotesa H4 menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan petugas dalam menyampaikan informasi kredit dan persyaratannya semakin tinggi kesetiaan nasabah.

Informasi mengenai kredit dan persyaratannya merupakan bagian yang penting dalam kegiatan setiap lembaga kredit. Dilain pihak, calon nasabah juga sangat berkepentingan atas informasi menyangkut jenis kredit dan persyaratan yang harus dipenuhinya. Oleh karena itu kehandalan petugas dalam menyampaikan penjelasan mengenai kredit dan persyaratannya merupakan tahap paling awal dalam setiap transaksi kredit dan menjadi bagian yang penting bagi nasabah untuk dinilai.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa 80,6 persen nasabah LKM menyatakan bahwa petugas yang melayaninya menguasai dalam pemberian informasi kredit dan persyaratannya. Untuk indikator ini, setiap jenis LKM proporsi terbesar adalah jumlah nasabah yang menyatakan bahwa petugas menguasai.

Untuk BPR proporsinya bahkan mencapai 99,1 persen; pada Koperasi proporsinya 73,6 persen dan pada Yayasan sebesar 69,1 persen.(tabel 5.3.12).

Tabel 5.3.12

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Kehandalan Petugas Memberi Informasi Kredit dan Persyaratannya
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak menguasai	0,0	0,0	0,0	0,0
Kurang Menguasai	0,9	0,0	0,0	0,3
Cukup Menguasai	2,7	0,0	0,0	0,9
Menguasai	69,1	73,6	99,1	80,6
Sangat Menguasai	27,3	26,4	0,9	18,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Dalam hal memproses realisasi kredit, proporsi terbesar dari seluruh nasabah LKM sampel (sebesar 83,9 persen) juga mereka yang menyatakan bahwa petugas menguasai pemrosesan realisasi kredit. Untuk nasabah BPR proporsinya bahkan mencapai 100,0 persen. Sedangkan untuk Yayasan dan Koperasi proporsi nasabahnya yang memberi pernyataan tersebut masing-masing adalah 78, 2 persen dan 73,6 persen.(tabel 5.3.13).

Tabel 5.3.15
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Kehandalan Petugas Dalam Proses Realisasi Kredit
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak menguasai	0,0	0,0	0,0	0,0
Kurang Menguasai	0,0	0,0	0,0	0,0
Cukup Menguasai	1,8	0,0	0,0	0,6
Menguasai	78,2	73,6	100,0	83,9
Sangat Menguasai	20,0	26,4	0,0	15,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Kehandalan petugas dalam melakukan administrasi pencatatan angsuran juga memperoleh penilaian yang baik dari sebagian besar nasabahnya. Proporsi nasabah seluruh LKM sampel yang menyatakan petugas menguasai tugas tersebut mencapai 77,9 persen. Proporsi ini merupakan proporsi tertinggi untuk total nasabah LKM sampel dan juga bagi masing-masing jenis LKM (pada Yayasan proporsinya sebesar 68,2 persen, pada Koperasi sebesar 66,4 persen dan pada BPR bahkan mencapai 99,1 persen).(tabel 5.3.14).

Tabel 5.3.14
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Kehandalan Petugas Dalam Pencatatan Angsuran
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak menguasai	0,0	0,0	0,0	0,0
Kurang Menguasai	0,9	0,0	0,0	0,3
Cukup Menguasai	3,6	0,0	0,0	1,2
Menguasai	68,2	66,4	99,1	77,9
Sangat Menguasai	27,3	33,6	0,9	20,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

5.3.3.5 Pengaruh Daya Tanggap Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel daya tanggap petugas mempunyai hubungan negatif tetapi tidak signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hasil ini tidak sesuai dengan prediksi hipotesis H5 yang memprediksi variabel daya tanggap petugas berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah.

Tidak adanya pengaruh signifikan dari daya tanggap petugas terhadap kesetiaan nasabah kemungkinan besar ada kaitannya dengan persepsi nasabah terhadap indikator daya tanggap. Sebagaimana dikemukakan, indikator daya tanggap petugas dalam penelitian ini adalah kecepatan memproses administrasi persyaratan kredit dan memproses realisasi kredit. Pada kenyataannya persepsi sebagian besar nasabah terhadap dua indikator tersebut tidak ada variasinya secara nyata. Seluruh nasabah BPR (100 persen) mempunyai persepsi tunggal terhadap indikator kecepatan petugas memproses persyaratan kredit yaitu petugas

termasuk cepat dan pada nasabah Koperasi, 82,7 persen menyatakan persepsi yang sama (Tabel 5.3.15).

Tabel 5.3.15
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Daya Tanggap Petugas Memproses Persyaratan Kredit
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat lambat	0,0	0,0	0,0	0,0
Lambat	0,9	0,0	0,0	0,3
Sedang	27,3	15,5	0,0	14,2
Cepat	70,9	82,7	100,0	84,5
Sangat cepat	0,9	1,8	0,0	0,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Demikian halnya untuk indikator kecepatan petugas dalam memproses pencairan kredit; 100 persen nasabah BPR mempunyai persepsi bahwa petugas termasuk cepat. Pada nasabah Koperasi, persepsi demikian dikemukakan oleh 82,7 persen nasabah (Tabel 5.3.16).

Tabel 5.3.16

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Daya Tanggap Petugas Dalam Memproses Pencairan Kredit
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sangat lambat	0,0	0,0	0,0	0,0
Lambat	5,5	0,0	0,0	1,8
Sedang	27,3	15,5	0,0	14,2
Cepat	66,4	82,7	100,0	83,0
Sangat cepat	0,9	1,8	0,0	0,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Mengacu pada hasil perhitungan statistik pada Lampiran 3 dimana indikator memproses realisasi kredit lebih dominan daripada indikator memproses persyaratan kredit (dengan nilai estimate sebesar 1,009 dibanding 0,459), maka indikator kecepatan memproses realisasi kredit lebih menonjol sebagai proksi pada variabel daya tanggap petugas. Mengingat bahwa pada variabel kehandalan petugas juga didominasi oleh indikator kemampuan petugas dalam memproses administrasi realisasi kredit (pada H4), besar kemungkinan terjadinya *overlap* atas indikator kecepatan memproses realisasi kredit pada H5 dengan indikator kemampuan memproses administrasi realisasi kredit pada H4.

Penilaian sebagian besar nasabah LKM sampel atas daya tanggap petugas dalam memproses persyaratan kredit menunjukkan kecenderungan positif dimana 84,5 persen nasabah menyatakan bahwa petugas termasuk cepat dalam memproses persyaratan kredit (tabel 5.3.15).



Penilaian nasabah terhadap daya tanggap petugas dalam memproses pencairan kredit mempunyai kecenderungan yang sama dengan penilaian terhadap daya tanggap petugas dalam memproses persyaratan kredit yaitu proporsi terbesar adalah nasabah yang menyatakan petugas cepat dalam memproses. Proporsi seluruh nasabah LKM sampel yang menyatakan demikian mencapai 83,0 persen. (tabel 5.3.16).

5.3.3.6 Pengaruh Empati Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel empati petugas mempunyai hubungan negatif tetapi tidak signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hasil ini tidak sesuai dengan prediksi hipotesis H6 yang memprediksi variabel empati petugas berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah.

Tidak adanya pengaruh signifikan dari empati petugas terhadap kesetiaan nasabah kemungkinan besar ada kaitannya dengan karakter kerja petugas dalam melayani nasabah. Sebagaimana dikemukakan, indikator empati petugas adalah : keakraban dengan nasabah, keramahan terhadap nasabah, minat membantu nasabah dan perhatian petugas terhadap kegiatan nasabah yang dibiayai oleh kredit. Pada prakteknya tingkat kesibukan petugas LKM sangat tinggi sehingga pada umumnya mereka kurang mempunyai waktu untuk beramah tamah dengan nasabah. Dengan demikian tidak ada perbedaan empati yang berarti diantara para petugas LKM karena mereka sama-sama mempunyai keterbatasan waktu. Secara statistik terbukti tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hal empati petugas

dimana nilai signifikansi untuk variabel tersebut nilainya sebesar 0,990 (Lampiran 4).

Dilain pihak, nasabah LKM pada umumnya adalah mereka yang berpendidikan rendah (Pada tabel 5.1.3, lebih dari 70 persen nasabah berpendidikan paling tinggi SLTP, diantaranya 34,6 persen yang hanya tamat SD). Konsumen yang demikian bukanlah konsumen yang terlalu penuntut; bagi mereka yang lebih diperhatikan adalah kepastian memperoleh pinjaman daripada kualitas sikap petugas. Dengan fakta ini, empati petugas bukanlah suatu faktor yang penting bagi nasabah dan kemudian bukanlah faktor yang mempunyai pengaruh nyata terhadap kesetiaan nasabah.

Walaupun variabel empati petugas tidak mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan nasabah, hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa untuk indikator keakraban petugas tidak ada pola yang jelas mengenai persepsi nasabah karena proporsi nasabah yang kenal akrab dan tahu nama petugas nyaris sama dengan proporsi nasabah yang kurang akrab, tidak tahu nama petugas (yaitu 23,0 persen dengan 24,5 persen) (tabel 5.3.17).

Tabel 5.3.17

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Tingkat Keakraban Dengan Petugas Yang Biasa Melayaninya
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak kenal sama sekali	6,4	26,4	0,9	11,2
Kurang akrab, tidak tahu namanya	30,0	11,8	31,8	24,5
Kurang akrab, tahu namanya	29,1	25,5	24,5	26,4
Kenal akrab, tidak tahu namanya	15,5	12,7	16,4	14,8
Kenal akrab, tahu namanya	19,1	23,6	26,4	23,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Untuk indikator keramahan petugas, nampak bahwa mayoritas nasabah LKM sampel (85,5 persen) menyatakan bahwa petugas dalam melayaninya tergolong ramah.(tabel 5.3.18).

Tabel 5.3.18

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Sikap Petugas Selama ini
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak ramah sama sekali	0,0	0,0	0,9	0,3
Kurang ramah	1,8	0,0	0,0	0,6
Biasa saja / sedang	14,5	6,4	3,6	8,2
Ramah	75,5	87,3	93,6	85,5
Sangat ramah	8,2	6,4	1,8	5,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Empati petugas LKM juga bisa dinilai pada saat nasabah mengajukan permohonan kredit. Dari data primer yang diolah nampak bahwa lebih dari separo

nasabah LKM sample (65,5 persen) menilai petugas cukup antusias untuk membantu. Walaupun demikian terdapat 24,2 persen nasabah yang menyatakan bahwa sikap petugas biasa-biasa saja. (tabel 5.3.19).

Tabel 5.3.19
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Sikap Petugas Saat Nasabah Mengajukan Permohonan Kredit
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Sikapnya acuh tak acuh	0,0	0,0	0,0	0,0
Sikapnya kurang antusias	0,0	0,9	0,0	0,3
Sikapnya biasa-biasa saja	33,6	32,7	6,4	24,2
Cukup antusias untuk membantu	53,7	52,7	90,0	65,5
Sangat antusias untuk membantu	12,7	13,6	3,6	10,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Indikator empati petugas yang juga penting untuk diperhatikan adalah sejauh mana perhatian petugas atas bisnis atau proyek nasabah yang didanai dari kredit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi paling besar adalah nasabah yang menyatakan bahwa petugas tidak pernah menanyakan (30,9 persen) dan petugas kadang-kadang menanyakan (26,1 persen). (tabel 5.3.20).

Tabel 5.3.20
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Perhatian Petugas atas Bisnis atau Proyek Yang Dananya Dari Kredit LKM
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak pernah menanyakan	18,2	26,4	48,2	30,9
Pemah menanyakan 1 atau 2 kali saja	23,6	10,9	26,4	20,3
Kadang-kadang menanyakan	29,1	40,0	9,1	26,1
Sering menanyakan	24,5	15,5	11,8	17,3
Selalu menanyakan	4,5	7,3	4,5	5,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

5.3.3.7 Determinan Kedisiplinan Nasabah

Hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa kesetiaan nasabah ternyata tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan disiplin nasabah dalam membayar angsuran. Demikian juga halnya dengan pengaruh variabel-variabel bebas, hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa kedisiplinan nasabah LKM di daerah penelitian tidak dipengaruhi oleh faktor kehandalan, daya tanggap maupun empati baik untuk dimensi jasa kredit maupun dimensi petugas.

Tidak adanya pengaruh yang nyata antara kesetiaan dengan kedisiplinan nasabah di daerah penelitian diduga erat kaitannya dengan tidak adanya variasi yang nyata dalam hal kedisiplinan nasabah pada 3 LKM sampel. Pada Yayasan, 99,1 persen nasabah berada pada katagori tingkat kedisiplinan sedang. Untuk Koperasi dan BPR persentase nasabahnya yang berada pada katagori tersebut juga sangat tinggi yaitu masing-masing 93,6 persen dan 96,4 persen (Tabel 5.3.24).



Hasil uji beda ANOVA juga membuktikan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada 3 LKM sampel dalam hal kedisiplinan nasabah. (Lampiran 4).

Uji hipotesis H-7 sampai H-12 menghasilkan kesimpulan bahwa kedisiplinan nasabah di daerah penelitian tidak dipengaruhi secara nyata oleh kehandalan, dayatanggap dan empati baik untuk jasa kredit maupun petugas.

Mengacu hasil penelitian sebelumnya, faktor-faktor yang mempengaruhi kedisiplinan nasabah dalam membayar angsuran didominasi oleh faktor ekonomi (khususnya yang berkaitan dengan kemajuan usaha, pendapatan nasabah) serta tekanan dari kelompok dan petugas lapang. Hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kedisiplinan mengangsur adalah : kemudahan pemasaran produk, kemudahan akses terhadap pasar input, besarnya tabungan, kredit dalam bentuk uang dan frekwensi kunjungan petugas lapang (Zeller, 1998); insentif memperoleh pinjaman lagi, sistem *tanggung renteng*, dan himbauan petugas lapang (Kaluge, 2001); jumlah kredit dan persentase anggota aktif dalam *rembug pusat*. (Syukur, 2001).

Dengan demikian tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap kedisiplinan nasabah dalam penelitian ini disamping karena faktor tidak adanya variasi nyata dalam kedisiplinan nasabah LKM sampel, juga disebabkan oleh karakteristik indikator-indikator pada variabel bebas yang kurang didominasi oleh dimensi ekonomi dan tekanan kelompok/petugas.

Faktor lain yang membedakan hasil temuan studi ini dengan penelitian-

penelitian terdahulu adalah adanya perbedaan obyek penelitian dimana pada penelitian terdahulu yang menjadi obyek studi adalah nasabah LKM dalam kelompok-kelompok binaan sedangkan pada penelitian ini yang nasabahnya dikelompokkan hanya LKM Yayasan sedangkan pada Koperasi dan BPR, nasabahnya merupakan individu-individu yang bebas dari kelompok.

5.3.4 Pembahasan Perbedaan LKM Menurut Persepsi Nasabah.

Dengan mengajukan permohonan kredit dan menerima pinjaman sejumlah dana, pada hakekatnya responden sebagai nasabah LKM adalah pihak konsumen yang telah memperoleh pelayanan jasa dari pihak penyedia atau produsen. Menurut Kotler, konsumen adalah *value-maximizer* yaitu selalu menginginkan tingkat kepuasan paling tinggi atas barang/jasa yang dikonsumsi (Kotler, 2003). Menurut Lovelock, konsumen membeli jasa tertentu adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan spesifik, dan mereka selalu melakukan evaluasi terhadap manfaat jasa yang diperolehnya atas dasar apa yang mereka harapkan. Dengan membandingkan antara harapan dan manfaat yang diperoleh, terbentuklah penilaian konsumen atas jasa tersebut. Hasil penilaian bisa berupa *negative disconfirmation* bila manfaat jasa dinilai lebih rendah daripada harapan; atau berupa *simple confirmation* bila manfaat jasa sama seperti yang diharapkan; dan bisa berupa

positive disconfirmation apabila manfaat jasa lebih tinggi daripada yang diharapkan (Lovelock, 2001).

Pada bagian ini didiskripsikan perbedaan LKM sampel menurut persepsi nasabah terhadap dua dimensi pelayanan LKM yaitu dimensi manfaat kredit (Jasa Kredit) dan dimensi kualitas interaksi (dengan proksi Petugas Lapang). Mengacu pada temuan Brady dan Cronin, untuk masing-masing dimensi tersebut nasabah melakukan penilaian melalui tiga sub dimensi yaitu kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian dan empati (Brady dan Cronin, 2001).

Pada bagian awal dikemukakan perbedaan LKM menurut persepsi nasabah terhadap kehandalan, daya tanggap dan empati Jasa Kredit kemudian dilanjutkan dengan perbedaan penilaian nasabah terhadap kehandalan, daya tanggap dan empati petugas. Bagian akhir akan dipaparkan sejauh mana perbedaan LKM sampel dalam hal kesetiaan nasabah dan kedisiplinan mereka dalam membayar angsuran.

5.3.4.1 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Kehandalan Jasa Kredit

Dilihat perbedaannya menurut jenis LKM, nampak bahwa Koperasi mempunyai prosentase yang paling tinggi untuk katagori nasabah yang merasa jumlah pinjaan sudah cukup sedangkan prosentase paling rendah terdapat pada Yayasan (untuk Koperasi prosentasenya mencapai 80,0 persen sedangkan untuk Yayasan prosentasenya hanya 66,4 persen) (Tabel 5.3.5). Dari sisi ketidakpuasan, nampak bahwa Yayasan mempunyai prosentase paling tinggi untuk

nasabah yang merasa jumlah pinjaman yang diperolehnya masih kurang. Prosentase nasabah Yayasan yang merasa kurang mencapai 23,6 persen sedangkan untuk Koperasi dan BPR masing-masing sebesar 20,0 persen dan 17,3 persen. Selanjutnya terdapat 2,7 persen nasabah Yayasan yang merasa jumlah kreditnya sangat kurang sedangkan pada Koperasi maupun BPR tidak terdapat nasabah dengan persepsi demikian. Dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa diantara 3 jenis LKM yang diteliti, nasabah Yayasan cenderung mempunyai penilaian *negative disconfirmation* yang prosentasenya lebih tinggi dari pada nasabah Koperasi dan BPR.

Lebih tingginya prosentase nasabah Yayasan yang merasa kurang atas jumlah pinjaman yang diperolehnya dibandingkan dengan nasabah Koperasi dan BPR diduga mempunyai hubungan dengan tingkat sosial ekonomi dan kebijakan LKM pemberi kredit. Sebagaimana dikemukakan dimuka, sebagian besar nasabah Yayasan adalah mereka yang tergolong ekonomi lemah dan sulit memperoleh tambahan pinjaman dari lembaga kredit selain Yayasan karena ketiadaan agunan. Dilain pihak kebijakan LKM untuk mebatasi jumlah pinjaman kepada nasabah adalah dilandasi oleh sikap kehati-hatian mengingat kredit yang diberikannya adalah kredit yang tanpa dijamin oleh agunan. Dengan demikian karena terbatasnya sumber dana yang bisa diakses dan tingginya tuntutan kebutuhan dana menyebabkan prosentase nasabah Yayasan yang merasa kurang dan sangat



kurang relatif lebih tinggi dari pada nasabah Koperasi dan BPR yang mempunyai kemampuan ekonomi lebih tinggi.

Apabila dilihat perbedaannya menurut jenis LKM, nampak bahwa nasabah Yayasan cenderung merasa kurang puas atas efektifitas dari kredit yang diperolehnya. Hal ini nampak dengan jelas pada tingginya prosentase nasabah Yayasan yang menyatakan bahwa pinjaman yang diperolehnya memberi manfaat yang sedikit. Prosentase nasabah Yayasan yang demikian mencapai 25,5 persen sedangkan pada nasabah BPR prosentasenya 19,1 persen bahkan untuk nasabah Koperasi prosentasenya hanya 1,8 persen (Tabel 5.3.6). Kecenderungan nasabah Yayasan yang kurang puas terhadap efektifitas kredit nampaknya mempunyai kaitan yang erat dengan kurang puasnya sebagian mereka atas jumlah kredit yang diperoleh.

Berdasarkan hasil analisis varians ANOVA yang menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,002 untuk variabel kehandalan jasa kredit (Lampiran 4), berarti terdapat perbedaan yang signifikan diantara tiga LKM sampel dalam hal kehandalan jasa kredit. Pada hasil analisis varians tersebut juga nampak bahwa nilai means paling tinggi terdapat pada LKM dalam bentuk Koperasi (0,185) kemudian diikuti oleh BPR dengan nilai means 0,085 dan terendah adalah nilai means Yayasan (- 0,271). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal kehandalan jasa kredit dimana kehandalan jasa

kredit paling tinggi adalah pada Koperasi sedangkan paling rendah adalah pada Yayasan.

Rendahnya kehandalan jasa kredit pada Yayasan disatu pihak dan tingginya kehandalan jasa kredit pada Koperasi dilain pihak erat kaitannya dengan perbedaan yang mencolok dalam hal jumlah pinjaman. Hampir seluruh nasabah Yayasan (94,5 persen) memperoleh pinjaman paling besar Rp 500.000,- sedangkan pada Koperasi 71,8 persen nasabahnya memperoleh pinjaman antara Rp 1.000.000,- sampai Rp 5.000.000,-, bahkan 20 persen menerima pinjaman diatas Rp 5.000.000,-.(Tabel 5.2.8). Dengan jumlah pinjaman yang kecil pada nasabah Yayasan maka daya guna/efektifitas dana kredit dalam mengatasi masalah keuangan nasabah tentu lebih kecil dibandingkan daya guna kredit yang berjumlah besar pada nasabah Koperasi.

5.3.4.2 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Daya Tanggap Jasa

Kredit

Dilihat menurut jenis LKM, nampak bahwa daya tanggap BPR dan Koperasi di mata nasabahnya relatif lebih tinggi daripada Yayasan. Pada BPR, 98,2 persen nasabahnya menyatakan waktu tunggu realisasi kredit tergolong cepat dan 1,8 persen menyatakan sangat cepat. Pada Koperasi proporsi nasabahnya yang menyatakan waktu tunggu realisasi termasuk cepat mencapai 77,3 persen dan 1,8 persen menyatakan sangat cepat. Dilain pihak pada Yayasan proporsi nasabahnya

yang menyatakan cepat relatif lebih rendah yaitu 26,4 persen sedangkan yang menyatakan sedang/biasa mencapai 48,2 persen dan yang menyatakan waktu tunggu realisasi termasuk lama proporsinya mencapai 24,5 persen. (Tabel 5.3.7).

Perbedaan penilaian atas daya tanggap diatas dapat dimengerti mengingat waktu tunggu pencairan kredit pada BPR dan Koperasi rata-rata hanya beberapa jam saja sedangkan untuk pencairan kredit dari Yayasan paling cepat adalah satu minggu. Walaupun demikian masih terdapat 25,4 persen nasabah Yayasan yang menyatakan waktu tunggu realisasi kredit tergolong cepat.

Pada hasil analisis varians nampak bahwa nilai means paling tinggi untuk variabel daya tanggap jasa kredit terdapat pada LKM dalam bentuk BPR (0,614) kemudian diikuti oleh Koperasi dengan nilai means 0,185 dan terendah adalah nilai means Yayasan (- 0,799) (Lampiran 4). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal daya tanggap jasa kredit dimana yang paling tinggi adalah pada LKM jenis BPR sedangkan paling rendah adalah pada Yayasan.

Rendahnya daya tanggap jasa kredit pada Yayasan disatu pihak dan tingginya daya tanggap jasa kredit pada BPR dilain pihak erat kaitannya dengan perbedan yang mencolok dalam masalah waktu tunggu pencairan kredit . Pada BPR proses pencairan kredit sangat cepat yaitu dari pengajuan permohonan sampai pencairan dana hanya memerlukan waktu beberapa jam saja sepanjang persyaratan kredit dan agunan sudah tersedia. Sebaliknya pada Yayasan yang

tidak menuntut adanya agunan pada nasabah, untuk memutuskan pencairan kredit pada calon peminjam diperlukan waktu yang lebih lama guna memastikan bahwa nasabah tersebut mempunyai kemampuan dan kesanggupan untuk membayar pinjaman tanpa agunan tersebut secara teratur.

5.3.4.3 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Empati Jasa Kredit

Pada indikator persyaratan kredit, nampak bahwa pada nasabah BPR dan Koperasi yang menyatakan persyaratannya mudah masing-masing mencapai 95,5 persen dan 91,8 persen. Untuk Yayasan, proporsi nasabahnya yang menyatakan demikian juga merupakan proporsi tertinggi yaitu sebesar 65,5 persen sedangkan yang menyatakan persyaratannya biasa sebesar 29,1 persen dan terdapat 4,5 persen nasabah Yayasan yang menilai bahwa persyaratannya sulit. (Tabel 5.3.8).

Dari indikator beban bunga yang ditanggung, hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan antara Yayasan dan Koperasi disatu pihak dengan BPR di lain pihak. Pada BPR kecenderungan yang menonjol adalah persepsi nasabahnya yang menilai beban bunga tergolong sedang dengan proporsi mencapai 75,5 persen sedangkan pada Yayasan dan Koperasi walaupun nasabah yang menyatakan beban bunga dirasakan sedang, namun proporsinya lebih rendah daripada BPR yaitu 55,4 persen untuk Yayasan dan 28,2 persen untuk Koperasi. Pada Yayasan dan Koperasi kecenderungan nasabah yang merasa ringan atas beban bunga juga relatif lebih tinggi daripada BPR dimana proporsi nasabah



Yayasan yang merasa ringan mencapai 39,1 persen dan pada Koperasi sebesar 68,2 persen sedangkan pada BPR proporsi nasabahnya yang merasa ringan hanya 11,8 persen (Tabel 5.3.9).

Dari indikator besarnya jumlah angsuran yang harus dibayar secara periodik hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan antara Yayasan dan Koperasi disatu pihak dengan BPR dilain pihak. Pada BPR hampir seluruh nasabahnya (84,5 persen) menilai beban angsuran dirasakan sedang dan proporsi nasabahnya yang menyatakan ringan hanya 3,6 persen. Sedangkan pada Yayasan dan Koperasi, proporsi nasabahnya yang merasa ringan atas beban angsuran jauh lebih tinggi daripada BPR yaitu sebesar 29,1 persen untuk Yayasan dan 45,5 persen untuk Koperasi.(Tabel 5.3.10).

Untuk indikator waktu/periode angsuran, hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan antara Yayasan di satu pihak dengan Koperasi dan BPR dilain pihak. Pada Koperasi dan BPR, proporsi tertinggi adalah yang menyatakan longgar sedangkan pada Yayasan proporsi terbesarnya adalah pada nasabah yang menilai waktu agsuran tergolong sedang. Untuk Yayasan nasabahnya yang merasa longgar proporsinya hanya 28,2 persen sedangkan yang menyatakan waktu angsuran dirasakan ketat mencapai 29,1 persen jauh lebih tinggi daripada Koperasi yang proporsi nasabahnya yang menyatakan waktu angsuran dirasakan ketat hanya 1,8 persen dan pada BPR 0,0 persen.



Pada hasil analisis varians nampak bahwa nilai means paling tinggi untuk variabel empati jasa kredit terdapat pada LKM dalam bentuk Koperasi (0,573) kemudian diikuti oleh BPR dengan nilai means - 0,163 dan terendah adalah nilai means Yayasan (- 0,417) (lihat Lampiran 4). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal empati jasa kredit dimana yang paling tinggi adalah pada LKM jenis Yayasan sedangkan paling rendah adalah pada Koperasi.

Rendahnya empati jasa kredit pada Koperasi disatu pihak dan tingginya empati jasa kredit pada Yayasan dilain pihak erat kaitannya dengan perbedaan yang besar dalam persyaratan kredit dan waktu angsuran. Dalam hal persyaratan kredit, nasabah Koperasi diwajibkan melampirkan BPKB atau Surat Tanah sedangkan pada Yayasan tidak terdapat persyaratan demikian. Dalam hal waktu angsuran, pada koperasi kebanyakan angsuran dilakukan harian untuk pinjaman kecil sedangkan pada Yayasan angsuran dilakukan mingguan.

5.3.4.4 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Kehandalan Petugas

Pada indikator kehandalan petugas memberi informasi kredit dan persyaratannya, nampak bahwa antara Yayasan dan Koperasi mempunyai kecenderungan yang sama yang berbeda dengan kecenderungan pada BPR. Pada Yayasan dan Koperasi, proporsi nasabah yang menyatakan bahwa petugas sangat

menguasai cukup tinggi yaitu 27,3 persen pada Yayasan dan 26,4 persen pada Koperasi sedangkan pada BPR proporsinya hanya 0,9 persen (Tabel 5.3.12).

Dianalisa lebih jauh, nampak adanya perbedaan antara Yayasan dan Koperasi di satu pihak dengan BPR di lain pihak. Pada BPR tidak ada nasabahnya yang menilai kehandalan petugas sangat menguasai dalam memproses realisasi kredit sedangkan pada Yayasan dan Koperasi proporsi nasabah yang menyatakan bahwa petugas sangat menguasai masing-masing sebesar 20,0 persen dan 26,4 persen (Tabel 5.3.13).

Pada indikator kehandalan petugas dalam pencatatan angsuran, perbandingan antar LKM juga menunjukkan adanya perbedaan kecenderungan antara Yayasan dan Koperasi di satu pihak dengan BPR di lain pihak. Pada BPR proporsi nasabah yang menyatakan petugas sangat menguasai pencatatan administrasi angsuran hanya 0,9 persen sedangkan pada Yayasan dan Koperasi proporsinya masing-masing mencapai 27,3 persen dan 33,6 persen (Tabel 5.3.14).

Pada hasil analisis varians nampak bahwa nilai means paling tinggi untuk variabel kehandalan petugas terdapat pada LKM dalam bentuk Koperasi (0,312) kemudian diikuti oleh Yayasan dengan nilai means 0,108 dan terendah adalah nilai means BPR (- 0,421) (Lampiran 4). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal kehandalan petugas dimana yang paling tinggi adalah pada LKM jenis Koperasi sedangkan paling rendah adalah pada BPR.



Rendahnya kehandalan petugas BPR disatu pihak dan tingginya kehandalan petugas pada Koperasi dilain pihak erat kaitannya dengan perbedaan yang mencolok pada nasabah dalam menilai indikator dominan pada variabel ini yaitu kehandalan petugas memberi informasi kredit dan persyaratannya. Pada Koperasi, nasabahnya yang menyatakan bahwa bahwa petugas sangat menguasai dalam penyampaian informasi dan persyaratan kredit proporsinya mencapai 26,4 persen sedangkan pada BPR nasabahnya yang menilai demikian hanya 0,9 persen (Tabel 5.3.12).

Dari penelitian lapangan, sebenarnya item yang diinformasikan oleh petugas Koperasi maupun petugas BPR tidak jauh berbeda yaitu informasi mengenai jenis dan planfond kredit yang tersedia, persyaratan yang perlu dilengkapi oleh calon peminjam, beban bunga yang dikenakan dan sebagainya yang tidak memerlukan kemampuan teknis tinggi. Namun antara nasabah BPR dengan nasabah Koperasi terdapat tingkat perbedaan pendidikan yang cukup tinggi dimana secara relatif tingkat pendidikan nasabah Koperasi lebih tinggi daripada nasabah BPR . Dibandingkan dengan BPR, proporsi nasabah Koperasi yang tamat SD lebih rendah dan yang berpendidikan perguruan tinggi proporsinya lebih tinggi . Proporsi nasabah Koperasi yang tamat SD hanya 17,3 persen sedangkan pada BPR nasabahnya yang tamat SD proporsinya mencapai 33,7 persen dan proporsi nasabah Koperasi yang berpendidikan perguruan tinggi mencapai 10,9 persen sedangkan pada BPR hanya 4,5 persen (Tabel 5.1.3).

5.3.4.5 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Daya Tanggap Petugas

Untuk indikator daya tanggap petugas memproses persyaratan kredit, masing-masing jenis LKM juga mempunyai kecenderungan yang sama yaitu proporsi tertinggi adalah jumlah nasabah yang menyatakan bahwa petugas cepat dalam memproses persyaratan kredit. Bahkan untuk BPR, seluruh nasabahnya (100,0 persen) menyatakan demikian, sedangkan pada Yayasan prosentasenya sebesar 70,9 persen dan pada Koperasi proporsinya sebesar 82,7 persen. (Tabel 5.3.15).

Pada indikator daya tanggap petugas dalam memproses pencairan kredit, masing-masing jenis LKM terdapat perbedaan intensitas dimana proporsi nasabah BPR yang menyatakan cepat adalah yang paling tinggi yaitu sebesar 100,0 persen kemudian berikutnya adalah Koperasi (82,7 persen) dan yang terendah adalah Yayasan dengan proporsi 66,4 persen. Rendahnya proporsi demikian pada Yayasan erat kaitannya dengan perbedaan kebijakan waktu tunggu pencairan kredit antara Yayasan dengan dua LKM lainnya dimana waktu tunggu pencairan kredit di Yayasan adalah rata-rata selama satu minggu sedangkan pada Koperasi dan BPR rata-rata hanya beberapa jam saja.

Walaupun perbedaan waktu tunggu pencairan antara Yayasan dengan dua LKM lain cukup besar namun proporsi terbesar nasabahnya adalah yang menyatakan bahwa petugas Yayasan tergolong cepat dalam memproses pencairan kredit. Hal ini menyiratkan tingginya tingkat kesulitan yang dihadapi oleh nasabah



Yayasan yang pada umumnya berasal dari rumah tangga miskin dalam memperoleh pinjaman dari pihak-pihak lain. Sehingga walaupun harus menunggu satu minggu untuk bisa menerima kredit, mereka masih menganggap petugas Yayasan tergolong cepat. Walaupun demikian pada nasabah Yayasan terdapat 27,3 persen yang menilai bahwa daya tanggap petugas dalam memproses pencairan kredit tergolong sedang dan 5,5 persen menyatakan petugas tergolong lambat (Tabel 5.3.16).

Pada hasil analisis varians nampak bahwa nilai means paling tinggi untuk variabel daya tanggap petugas terdapat pada LKM dalam bentuk BPR (0,391) kemudian diikuti oleh Koperasi dengan nilai means 0,043 dan terendah adalah nilai means Yayasan (- 0,434) (lihat Lampiran 4). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal daya tanggap petugas dimana yang paling tinggi adalah pada LKM jenis BPR sedangkan paling rendah adalah pada Yayasan.

Rendahnya daya tanggap petugas Yayasan disatu pihak dan tingginya daya tanggap petugas pada BPR dilain pihak erat kaitannya dengan perbedaan yang mencolok pada nasabah dalam menilai indikator dominan pada variabel ini yaitu kecepatan petugas memproses pencairan kredit. Sebagaimana telah dikemukakan, proses pencairan kredit untuk pinjaman tanpa agunan dari Yayasan memerlukan waktu rata-rata satu minggu sedangkan pada BPR hanya memerlukan waktu beberapa jam saja, paling lama 2 hari. Dengan ketentuan semacam ini jelas

kecepatan petugas Yayasan lebih rendah dibandingkan kecepatan petugas BPR dalam memproses pencairan kredit dan dari pandangan nasabah hal ini berakibat tingkat kehandalan petugas Yayasan dipersepsikan lebih rendah dari pada petugas BPR.

5.3.4.6 Perbedaan Persepsi Nasabah Mengenai Empati Petugas

Untuk indikator tingkat keakraban dengan petugas, nampak tidak ada pola yang jelas dimana besarnya proporsi nasabah yang kenal akrab dan tahu nama petugas (23,0 persen) nyaris sama dengan besarnya proporsi nasabah yang kurang akrab – tidak tahu nama petugas (24,5 persen).(Tabel 5.3.17).

Untuk indikator sikap petugas selama ini , pada BPR proporsi nasabahnya yang berpendapat bahwa petugas dalam melayaninya tergolong ramah mencapai 93,6 persen, pada Koperasi proporsinya lebih rendah yaitu 87,3 persen sedangkan untuk nasabah Yayasan proporsinya paling rendah yaitu 75,5 persen (Tabel 5.3.18).

Tingginya proporsi nasabah BPR dan Koperasi yang menyatakan petugas cukup ramah bisa dimaklumi mengingat bagi LKM yang orientasi bisnisnya menonjol seperti usaha BPR dan Koperasi faktor keramahan terhadap konsumen/nasabah merupakan variabel yang sangat mempengaruhi daya tarik konsumen yang pada gilirannya ikut menentukan besarnya nilai omset dan pendapatan LKM.



Pada indikator sikap petugas saat nasabah mengajukan permohonan kredit menurut jenis LKM, nampak bahwa hampir seluruh nasabah BPR (90,0 persen) menilai petugas telah menunjukkan sikap yang cukup antusias untuk membantu. Sedangkan pada Yayasan dan Koperasi proporsi nasabahnya yang menilai demikian relatif lebih rendah yaitu 53,7 persen untuk Yayasan dan 52,7 persen untuk Koperasi. Pada Yayasan dan Koperasi nasabah yang menilai bahwa petugas sikapnya biasa-biasa saja proporsinya adalah terbesar kedua yaitu 33,6 persen untuk Yayasan dan 32,7 persen pada Koperasi. (Tabel 5.3.19).

Pada indikator perhatian petugas atas bisnis/proyek nasabah menurut jenis LKM, nampak adanya perbedaan kecenderungan empati petugas dimana perhatian yang paling tinggi dilakukan oleh petugas Yayasan sedangkan perhatian paling rendah adalah pada petugas BPR. Pada pernyataan bahwa petugas Tidak Pernah Menanyakan, proporsi nasabah Yayasan yang menyatakan demikian hanya 18,2 persen sedangkan pada nasabah BPR proporsinya mencapai 48,2 persen. Sebaliknya pada pernyataan bahwa petugas Sering menanyakan, proporsi nasabah Yayasan yang menyatakan hal tersebut sebesar 24,5 persen sedangkan pada BPR, proporsinya lebih rendah yaitu 11,8 persen (Tabel 5.3.20).

Namun demikian, secara statistik tidak terdapat perbedaan yang signifikan diantara LKM sampel dalam hal empati petugas menurut persepsi nasabah (Lampiran 4).

5.3.4.7 Perbedaan Tingkat Kesetiaan Nasabah

Kesetiaan nasabah adalah perilaku nasabah yang mempunyai kecenderungan untuk selalu bersikap positif dan taat terhadap ketentuan yang diberlakukan oleh LKM. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesetiaan nasabah digunakan tiga indikator yaitu : Keinginan untuk tetap menjadi nasabah LKM ybs., Kesiediaan membayar bunga lebih tinggi, dan Kesiediaan untuk mempercepat waktu pelunasan.

Dari data lapangan yang diolah, sebagian besar nasabah LKM sampel menunjukkan tingkat kesetiaan yang cukup tinggi dimana ketika dilakukan penjajagan mengenai minat mereka untuk mengajukan pinjaman lagi diwaktu yang akan datang, 42,1 persen menyatakan kemungkinan besar tetap meminjam pada LKM yang bersangkutan dan 34,8 persen dengan mantap menyatakan bahwa mereka pasti akan meminjam pada LKM yang bersangkutan bila kelak memerlukan kredit.

Namun demikian, apabila dilihat menurut jenis LKM, terdapat perbedaan yang mencolok antara nasabah Yayasan dan Koperasi di datu pihak dengan nasabah BPR dilain pihak. Pada Yayasan dan Koperasi, nasabah yang menyatakan pasti akan pinjam di LKM yang bersangkutan proporsinya cukup tinggi yaitu 52,7 persen untuk Yayasan dan 45,5 persen untuk nasabah Koperasi sedangkan pada BPR proporsi nasabah yang menyatakan demikian hanya 6,4 persen (Tabel 5.3.21).

Tabel 5.3.21

**Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Keinginan Untuk Tetap Meminjam Bila Memerlukan Kredit Lagi
(%)**

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak akan meminjam di LKM ini lagi	3,6	0,9	0,9	1,8
Kemungkinan kecil pinjam di LKM ybs	3,6	0,9	1,8	2,1
Mungkin pinjam – mungkin tidak di LKM ybs	20,9	14,5	21,8	19,1
Kemungkinan besar tetap di LKM ybs	19,1	38,2	69,1	42,1
Pasti pinjam di LKM ybs	52,7	45,5	6,4	34,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Guna menguji lebih jauh seberapa tinggi tingkat kesetiaan nasabah dilakukan penajagan lanjutan yaitu seberapa besar kemungkinan responden tetap akan menjadi nasabah apabila beban mereka ditambah dalam bentuk kenaikan beban bunga dan percepatan periode angsuran.

Dari penajagan terhadap responden dengan mengajukan dua kemungkinan penambahan beban diatas menunjukkan terjadinya penurunan minat secara nyata. Pada penambahan beban berupa kenaikan bunga, proporsi responden yang menyatakan kemungkinan besar akan tetap menjadi nasabah menurun menjadi 10,9 persen dan responden yang menyatakan pasti akan tetap menjadi nasabah menurun menjadi 9,4 persen (Tabel 5.3.22).

Tabel 5.3.22
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Minat Untuk Tetap Menjadi Nasabah Bila Ada Kenaikan Beban Bunga
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Pasti akan pindah ke LKM lain	7,3	11,8	16,4	11,8
Kemungkinan besar pindah ke LKM lain	11,8	13,6	28,2	17,9
Mungkin tetap, mungkin pindah LKM lain	44,5	55,5	50,0	50,0
Kemungkinan besar tetap di LKM ybs	14,5	12,7	5,5	10,9
Pasti tetap menjadi nasabah LKM ybs	21,8	6,4	0,0	9,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Demikian pula halnya ketika diajukan kemungkinan perpendekan jangka waktu angsuran, proporsi responden yang menyatakan kemungkinan besar tetap akan menjadi nasabah menurun menjadi 9,7 persen dan yang menyatakan pasti tetap menjadi nasabah menurun tajam menjadi 3,9 persen. (Tabel 5.3.23).

Tabel 5.3.23
Persentase Nasabah Menurut Persepsinya Mengenai
Minat Untuk Tetap Menjadi Nasabah Bila Waktu Pelunasan Ditetapkan Lebih
Pendek
(%)

PERSEPSI NASABAH	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Pasti akan pindah ke LKM lain	29,1	15,5	14,5	19,7
Kemungkinan besar pindah ke LKM lain	19,1	10,0	31,8	20,3
Mungkin tetap, mungkin pindah LKM lain	33,6	56,4	49,1	46,4
Kemungkinan besar tetap di LKM ybs	10,0	14,5	4,5	9,7
Pasti tetap menjadi nasabah LKM ybs	8,2	3,6	0,0	3,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah



Walaupun secara total terjadi penurunan minat untuk menjadi nasabah apabila dilakukan penambahan beban berupa kenaikan tingkat bunga dan percepatan waktu angsuran, namun apabila dilihat lebih jauh menurut jenis LKM nampak adanya perbedaan yang mencolok dinatara ke tiga jenis LKM sampel dimana Tingkat kesetiaan nasabah Yayasan cenderung lebih tinggi dari pada nasabah Koperasi maupun nasabah BPR. Pada kemungkinan adanya kenaikan tingkat bunga, proporsi nasabah Yayasan yang menyatakan pasti tetap menjadi nasabah Yayasan sebesar 21,8 persen sedangkan pada nasabah Koperasi hanya 6,4 persen dan pada BPR tidak ada satupun nasabahnya yang memberi pernyataan demikian. (Tabel 5.3.22). Demikian pula ketika diajukan kemungkinan percepatan waktu angsuran, nasabah Yayasan yang menyatakan pasti tetap menjadi nasabah besarnya 8,2 persen sedangkan pada nasabah Koperasi hanya 3,6 persen dan 0,0 persen pada nasabah BPR. (Tabel 5.3.23).

Pada hasil analisis varians nampak bahwa nilai means paling tinggi untuk variabel kesetiaan nasabah terdapat pada LKM dalam bentuk Yayasan (0,201) kemudian diikuti oleh Koperasi dengan nilai means 0,182 dan terendah adalah nilai means BPR (- 0,383) (Lampiran 4). Dengan demikian diantara ke tiga LKM sampel terdapat perbedaan yang nyata dalam hal kesetiaan nasabah dimana kesetiaan yang paling tinggi adalah pada nasabah Yayasan sedangkan paling rendah adalah pada nasabah BPR.



Rendahnya kesetiaan nasabah BPR disatu pihak dan tingginya kesetiaan nasabah pada Yayasan dilain pihak erat kaitannya dengan perbedaan yang mencolok diantara nasabah Yayasan dan nasabah BPR dalam aspek kemampuan ekonomi dimana nasabah Yayasan yang berekonomi lemah. Nasabah Yayasan yang tergolong ekonomi lemah proporsinya mencapai 33,6 persen sedangkan nasabah BPR yang berekonomi lemah hanya 3,6 persen dan yang tergolong ekonomi kuat mencapai 29,1 persen (Tabel 5.1.4). Rendahnya kemampuan ekonomi pada nasabah Yayasan menyiratkan kecilnya kemampuan mereka untuk memiliki aset yang layak untuk agunan kredit. Oleh karena itu nasabah Yayasan hampir tidak memiliki alternatif lain untuk meminjam kredit selain kepada pelepas uang/rentenir atau kepada lembaga kredit yang tidak berorientasi profit seperti Yayasan. Dengan tidak adanya alternatif lain bagi nasabah Yayasan, maka mereka pada umumnya tetap akan meminjam kepada Yayasan walaupun ada kenaikan bunga. Berbeda dengan nasabah BPR yang relatif lebih mampu dan memiliki agunan, mereka akan pindah kepada lembaga kredit lain apabila ada ada kenaikan bunga pinjaman. Proporsi nasabah Yayasan yang tetap akan meminjam kepada Yayasan dimana ia sekarang menjadi nasabah jauh lebih tinggi daripada nasabah BPR bila dikenakan beban bunga lebih tinggi. Pada nasabah Yayasan proporsinya mencapai 21,8 persen sedangkan pada BPR tidak ada sama sekali (0,0 persen). Untuk yang menyatakan kemungkinan besar tetap akan meminjam kepada LKM

yang sekarangpun proporsi nasabah Yayasan lebih tinggi yaitu 14,5 persen pada nasabah Yayasan dan 5,5 persen pada nasabah BPR (Tabel 5.3.22).

5.3.4.8 Perbedaan Tingkat Kedisiplinan Nasabah

Dalam kegiatan perkreditan, salah satu aspek penting pada kedisiplinan nasabah adalah kedisiplinan nasabah dalam pembayaran angsuran. Kedisiplinan angsuran adalah perilaku nasabah dalam memenuhi aturan pembayaran pinjaman yang telah ditetapkan oleh LKM baik kedisiplinan mengenai waktu maupun jumlah angsuran yang dibayar. Untuk itu tingkat kedisiplinan angsuran diukur melalui 2 indikator yaitu : Kedisiplinan dalam waktu mengangsur, dan Kedisiplinan dalam jumlah angsuran yang dibayarkan. Pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah mengenai kinerja angsuran mereka selama 3 bulan terakhir dengan membandingkan antara berapa kali atau berapa besar jumlah angsuran yang seharusnya mereka lakukan dengan berapa kali dan berapa besar jumlah angsuran yang benar-benar mereka bayar. Hasil dari perbandingan anatara yang seharusnya dengan yang sebenarnya merupakan angka prosentase yang menempatkan mereka pada salah satu katagori tingkat kedisiplinan (tingkat yang paling tinggi adalah katagori Kedisiplinan sangat tinggi, kemudian diikuti oleh katagori lebih rendah yaitu Kedisiplinan tinggi; Kedisiplinan sedang; Kedisiplinan rendah dan katagori Tidak disiplin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal waktu angsur, hampir seluruh nasabah (96,4 persen) berada pada katagori Kedisiplinan sedang dimana mereka mampu memenuhi ketentuan waktu angsur antara 67 – 100 persen dari yang seharusnya.

Dilihat menurut perbedaan jenis LKM, polanya tidak berbeda yaitu proporsi terbesar dari nasabah mereka berada pada katagori Kedisiplinan sedang (Pada Yayasan proporsinya mencapai 99,1 persen; sedangkan pada Koperasi proporsinya 93,6 persen dan pada BPR proporsinya sama dengan total responden yaitu 96,4 persen. (Tabel 5.3.24).

Tabel 5.3.24
Persentase Nasabah Menurut
Derajat Kedisiplinannya Terhadap Waktu Mengangsur Pinjaman
(%)

Derajat Disiplin Waktu	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak disiplin	0,0	2,7	2,7	1,8
Kedisiplinan rendah	0,0	0,0	0,9	0,3
Kedisiplinan sedang	99,1	93,6	96,4	96,4
Kedisiplinan tinggi	0,9	1,8	0,0	0,9
Kedisiplinan Sangat Tinggi	0,0	1,8	0,0	0,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

Pada indikator kedisiplinan dalam jumlah pembayaran, proporsi terbesar nasabah LKM secara total maupun per jenis LKM juga mereka yang tergolong dalam katagori Kedisiplinan sedang namun berada pada proporsi yang lebih rendah bila dibandingkan dengan kedisiplinan dalam hal waktu angsur. Secara total

nasabah yang tergolong dalam katagori Kedisiplinan sedang dalam hal jumlah angsuran besarnya adalah 87,6 persen sedangkan proporsi nasabah berkatagori Kedisiplinan sedang dalam hal waktu angsur proporsinya mencapai 96,4 persen. Pada Yayasan nasabahnya yang termasuk dalam katagori tersebut mencapai 93,6 persen sedangkan pada Koperasi besarnya 90,0 persen dan pada BPR proporsinya 79,1 persen. (Tabel 5.3.25).

Namun demikian secara statistik, tingkat kedisiplinan nasabah tidak terdapat perbedaan yang nyata (Lampiran 4).

Tabel 5.3.25
Persentase Nasabah Menurut
Derajat Kedisiplinannya Terhadap Jumlah Pembayaran Angsuran
(%)

Derajat Disiplin Jumlah Angsuran	YAYASAN	KOPERASI	BPR	Gabungan LKM
Tidak disiplin	0,0	3,6	2,7	2,1
Kedisiplinan rendah	5,5	0,9	9,1	5,2
Kedisiplinan sedang	93,6	90,0	79,1	87,6
Kedisiplinan tinggi	0,9	1,8	0,9	1,2
Kedisiplinan Sangat Tinggi	0,0	3,6	8,2	3,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah

5.4 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan penelitian ini terletak pada informasi yang diperoleh dari responden yang diambil secara non random sampling, sehingga hasil penelitian ini mempunyai kemampuan yang terbatas karena keterbatasan sampel sebagai representasi populasi.
2. Keterbatasan lain dari penelitian ini adalah adanya ketidakseimbangan pengalaman responden menjadi nasabah LKM. Mayoritas responden dari Yayasan mempunyai pengalaman sebagai nasabah paling lama dua tahun sedangkan pada BPR dan Koperasi terdapat sejumlah besar responden yang telah mempunyai pengalaman menjadi lebih dari 3 tahun (Tabel 5.2.4). Perbedaan pengalaman menjadi nasabah mempunyai pengaruh terhadap perbedaan persepsi mereka atas kualitas jasa kredit dari LKM yang melayaninya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan praktis dan teoritis sebagai berikut :

6.1.1 Kesimpulan Praktis

1. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan nasabah Lembaga Kredit Mikro di daerah sampel adalah kehandalan jasa kredit, empati jasa kredit dan kehandalan petugas. Secara statistik faktor yang pengaruhnya paling besar adalah kehandalan jasa kredit diikuti oleh faktor empati jasa kredit dan faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah kehandalan petugas.
2. Secara statistik indikator yang paling mewarnai pada variabel kesetiaan nasabah adalah tingkat kesediaan nasabah untuk menanggung beban bunga lebih tinggi; pada variabel kehandalan jasa kredit yang mewarnai adalah indikator efektifitas kredit; pada variabel empati jasa kredit adalah indikator persyaratan memperoleh kredit; dan pada variabel kehandalan petugas yang mewarnai adalah indikator kemampuan petugas dalam memberi informasi mengenai kredit dan persyaratannya.

3. Terdapat perbedaan nyata diantara LKM sampel dalam aspek kehandalan jasa kredit, daya tanggap jasa kredit, empati jasa kredit, kehandalan petugas, daya tanggap petugas dan kesetiaan anggota. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara LKM sampel dalam hal empati petugas dan kedisiplinan nasabah.
4. Hasil perhitungan means menunjukkan bahwa LKM berbentuk Yayasan mempunyai ranking tertinggi dalam hal empati jasa kredit dan kesetiaan nasabah; LKM dalam bentuk Koperasi mempunyai keunggulan dalam hal kehandalan jasa kredit dan kehandalan petugas. Sedangkan BPR mempunyai ranking tertinggi dalam hal daya tanggap baik daya tanggap jasa kredit maupun daya tanggap petugas.
5. Berdasarkan ranking means, LKM Yayasan mempunyai tingkat empati dan derajat kesetiaan nasabah lebih tinggi daripada LKM Koperasi dan BPR. Temuan ini membuktikan bahwa LKM yang visinya mengutamakan kepentingan nasabah cenderung memperoleh nasabah yang tinggi derajat kesetiannya.

6.1.2 Kesimpulan Teoritik.

Hasil penelitian ini memberi kontribusi teoritik pada konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Pada konsep Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan konsep *marketing mix* yang merupakan kombinasi dari komponen produk, harga, promosi dan tempat (Kotler, 2003). Hasil penelitian ini

memberi kontribusi sehubungan dengan komponen produk dan komponen promosi, yaitu :

- 1) Dalam bisnis jasa kredit, komponen produk oleh pihak konsumen lebih diapresiasi efektifitasnya dari pada besarnya.
- 2) Sehubungan dengan komponen promosi, kemampuan petugas dalam menginformasikan jenis kredit dan persyaratannya merupakan faktor penting dalam pemasaran jasa kredit.

6.2 Saran

1. Demi menjaga dan meningkatkan kesetiaan nasabah, LKM dalam bentuk Yayasan, Koperasi dan BPR perlu memperhatikan dan menjaga kualitas jasa kreditnya melalui peningkatan kehandalan jasa kredit, empati jasa kredit dan kehandalan petugasnya. Secara khusus, faktor yang harus diperhatikan sehubungan dengan kehandalan jasa kredit adalah faktor efektifitas kredit; sehubungan dengan empati jasa kredit adalah faktor persyaratan kredit dan sehubungan dengan kehandalan petugas adalah faktor kemampuan petugas dalam menginformasikan persyaratan kredit.
2. Bagi LKM berbentuk Yayasan, walaupun nasabah mempunyai tingkat kesetiaan tinggi namun masih perlu meningkatkan pelayanan khususnya dalam hal kehandalan jasa kreditnya demi tetap tingginya kesetiaan nasabah dan tidak tergodanya mereka untuk beralih kepada pihak rentenir (pelepas uang).



Peningkatan kehandalan jasa kredit bisa berupa perubahan kebijakan plafond kredit yang lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Bagi LKM Koperasi, guna menjaga kesetiaan nasabah, pihak manajemen perlu meningkatkan empati jasa kreditnya baik dalam bentuk pengurangan beban bunga, kelonggaran waktu angsuran maupun dalam hal persyaratan kredit yang harus dipenuhi oleh calon nasabah.
4. Bagi BPR, demi meningkatkan derajat kesetiaan nasabah pihak manajemen perlu meningkatkan kehandalan petugasnya khususnya kemampuan mereka dalam mensosialisasikan dan memberi penjelasan mengenai kredit dan persyaratannya.

Daftar Pustaka

- Adams, D. W (1984), " Are the Arguments for Cheap Agricultural Credit Sound ?", Undermining Rural Development With Cheap Credit, Westview Press, London
- Adams, D. W., D. H. Graham, *et al* (1984), " Overview of Relationship Between Politics and Finance", Undermining Rural Development With Cheap Credit, Westview Press, London
- Aldrich, H dan C. Zimmer, (1986), " Entrepreneurship through Social Networks", dalam The Art And Science of Entrepreneurship, D. I. Sexton dan R. Smilor (ed), Cambridge, Mass. : Balinger, 3-23
- Analoui, Farhad dan Azhdar Karami (2003), Strategic Management In Small and Medium Enterprises, Thomson Learnig, Great Britain
- Arikunto, Suharsini (1998), Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Rineka Cipta, Jakarta
- Arndt, H. W. (1988), " "Market Failures " and Underdevelopment ", World Development 16 (2).
- Ashar, Khusnul (2002), " Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Dari Keluarga Kurang Mampu Dengan Model Grameen Bank di Jawa Timur : Sebuah Pengalaman Lapangan ", paper dipresentasikan pada Seminar Nasional Isu Kebijakan Gender Dalam Pembangunan, oleh Kantor Menko Bidang Kesra di Surakarta, 11 Juli 2002.
- ADB (1998), Fighting Poverty in Asia and The Pacific : The Poverty Reduction Strategy.
- Bank Dunia (1975), Agricultural Credit : Sector Policy Paper, The World Bank, Washington, D.C.



- Besley, T. (1994), " How Do Market Failures Justify Interventions in Rural Credit Markets ? ", World Bank Research Observer 9, January
- Brady, Michael K. dan J. Joseph Cronin Jr (2001), " Some New Thought on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach", Journal of Marketing, July
- Brown, B dan J.E.Butler (1993), " Networks and Entrepreneurial Development : The Shadow of Borders," Entrepreneurship and Regional Development (5)
- Birley, S (1985), " The Role of Networks in the Entrepreneurial Process", Journal of Business Venturing 1 (1)
- Bitner, Mary Jo (1990), " Evaluating Service Encounters : The The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses ", Journal of Marketing, 54(2)
- Braverman, Avishay dan J.Luis Guasch (1989), "Rural Credit in LDCs : Issues and Evidence", Journal of Economic Developmen 14 : 7 – 34
- Christien, Robert Peck (1989), Discussion Paper Series, Cambridge
- Cho,Yoonje dan Dinanath Khatkhate (1989), " Lessons of Financial Liberalization in Asia : A Comparative Study", World Bank Discussion Paper 50, The World Bank, Washington D.C.
- Cooper, Donald dan William Emory (1997), Metode Penelitian Bisnis, Edisi kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Cromie, S; S. Birley dan I. Callaghan, (1994), " Community Brokers : Their Role in the Formation and Development of Business Ventures, " dalam SMEs : Internationalization, Network and Strategy, J.M. Veciana (ed), Hampshire, UK.
- Cronin, Joseph Jr. dan A. Taylor (1992), " Marketing Service Quality : A Reexamination And Extention", Journal of Marketing 56 (55)

Dumairy (1986), " Program Pemulihan dan Kelompok Sasaran Kredit Pedesaan", dalam Mubyarto dan Edi Suandi Hamid (Ed), Kredit Pedesaan di Indonesia, BPFE, Yogyakarta.

Deng, S, L. Hassan dan S. Jivan (1995), " Female Entrepreneurs Doing Business in Asia : A Special Investigation", Journal of Small Business and Enterprise, 12

ECD (2000), Microfinace, Methodological Considerations, The European Commision Development, Second edition

Falemo, B. (1989), "The Firm's External Persons : Entrepreneurs or Network Actors ? ", Entrepreneurship And Regional Development (1)

Fine, Seymour H (1983), " Concept Sector Within the Economy", dalam Kotler dan Andreasen, Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba, Gadjah Mada University Press

Frese, Michael; Marco van Gelderen; Michael Ombach (2000), " How to Plan as a Small Scale Business Owner : Psychological Process Characteristics of Action Strategies and Success", Journal of Small Business Management, April

Fruin, T. A (1999), History, Present Situation and Problems of The Village Credit System (1897-1932), Hague, Development Cooperation Information Department of The Ministry of Foreign Affairs, The Hague, Netherlands.

Furqon (1997), Statistik Terapan Untuk Penelitian, C.V. Alfabeta, Bandung

Garson, J (1998), Microfinace and Anti Poverty Strategy, UNCDF.

Gibbons, David (2001), " Poverty Reduction in Indonesia Through Scaling-Up Grameen Bank-type Microofinance " paper dipresentasikan untuk AusAID-Australia

Gonzales-Vega, C (1976), " On the Iron Law of Interest Rate Restrictions. Agricultural Credit Policies in Costa Rica and in Other Less Developed Countries", Economics.

Griffin, Ricky W dan Michael W. Pustay (1998), International Business, A Managerial Perspective, Second Edition, Addison-Wesley Longman , Inc

Gronroos, C (1982), Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Helsinki, Finland : Swedish school of Economic and Business Administration

----- (2000), " Service Reflections : Service Marketing Comes of Age ", dalam Handbook of Services Marketing and Management, T. Schwartz dan D. Jacobucci (ed), Sage Publication

Gulli, H (1998), Microfinance and Poverty : Questioning the Conventional Wisdom, Inter American Development Bank

Hadi, Sutrisno (1981), Metodologi Research Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis dan Disertasi, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

Hair, Joseph F, Jr, Rolph E. Andrsn, Ronald L. Tatham, Willian C. Black (1992), Multivariate Data Analysis, Macmillan Publishing Company, New York

Haryono, Tulus (2003), Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pada PT. PLN (Persero), Disertasi, tidak dipublikasi

Haynes, Paula. J; Marilyn M. Helms (2000), " A Profil of The Growing Female Entrepreneur Segment", Bank Marketing, Mei

Hisrich, Robert D dan Michael P. Peters, (1998), Entrepreneurship, Fourth Edition, Irwin McGraw - Hill

Hoff, Karla dan Joseph E. Stiglitz (1990), " Introduction : Imperfect Information and Rural Credit Market – Puzzles and Policy Perspectives ", The World Bank Economic Review 4 (3).

Holt, Sharon L dan Helena Ribe (1991), " Developing Financial Institutions for the Poor and Reducing Barriers to Access for Women", World Bank Discussion Paper 117, The World Bank, Washington D.C.



Huppi, Monika dan Feder, Gershon (1990), "Role of Groups and Credit Cooperatives in Rural Lending", World Bank Research Observer 5

Indaryati, Mamik (1997), " Peran Wanita Dalam Menunjang Ekonomi Rumah Tangga Miskin, Studi Kasus di Kecamatan Selogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah

Johanison, B (1986), " New Venture Creation : A Network Approach," dalam Frontiers of Entrepreneurship Research. R. Ronstandt (ed), Wellesley, Mass. : Babson College

Kaluge, David (2001), Microfinance and Poverty in Indonesia : An Analysis of the Role of KUKESRA and MKEJ, Disertasi pada University of Canberra, tidak dipublikasikan

Kotey, Bernice dan G.G. Meredith (1997), " Relationship among Owner/Manager Personal Values, Business Strategies, and Enterprise Performance", Journal of Small Business Management, 35 (2).

Jansson, T (2001), Microfinace : From Village to Wall Street. Inter American Development Bank, Sustainable Development Department, Micro Small and Medium Enterprise Division

Jones, Thomas O. dan Sasser Jr, W. Earl (1995), " Why Satisfied Costumer Defect ", Havard Business Review, November - Desember

Khandker, Shahidur et al (1995), " Grameen Bank, Performance and Sustainability", World Bank Discussion Papers 306, The World Bank, Washington D.C.

Kotler, Philip (2003), Marketing Management. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 07458

Lapenu, C (2000), The Role of The State in Promoting Microfinance Institution, FCND

Ledgerwood, Joana (1999), Sustainable Bangking With The Poor : Microfinance Handbook, An Institutional and Fiancial Perspective. The World Bank,

Washington D.C.

Lerner, Miri dan Tamar Almor (2002), " Relationship among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures ", Journal of Small Business Management 40 (2).

Lewis, R.C dan B.H.Booms (1983), " The Marketing Aspect of Service Quality ", dalam Emerging Perspectives in Services Marketing, Editor L.L. Berry, G.L. Shostack dan G. Upah, Chicago : American Marketing Association

Lipsey, Richard G dan Peter O. Steiner (1985), Pengantar Ilmu Ekonomi, Edisi keenam, PT. Bina Aksara, Jakarta

Llousa, S; Louis Chandon Jean; dan Orsingher Chiara (1998), " An Empirical Study of Servqual's Dimensionality", The Service Industries Journal 2 (16)

Lovelock, Christopher (2001), Services Marketing : People, Technology, Strategy, Prentice Hall International, Inc.

Malhotra, Naresh K (1999), Marketing Research, An Applied Orientation, Prentice Hall International, Inc

Mantra, Ida Bagoes dan Kasto (1982), " Penentuan Sampel ", dalam Metode Penelitian Survei, Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), LP3ES, Jakarta

Mc Guire, P. B and J. D. Conroy (1998), The Micofinance Phenomenon, The Foundation for Development Cooperation, Brisbane, Australia

Mitra Karya (2003), Monthly Project Statement, tidak dipublikasi, Yayasan Mitra Karya, Malang

----- (2003), Monthly Project Statement Mitra Karya All Branches, Month : Quarterly 2nd, 2003. Tidak dipublikasi

Miller, Cyndee (1993), " US Firms Lag in Meeting Global Quality Standards ", Marketing News, February 15



- Murray, Keith B (1991), " A Test of Services Marketing Theory : Consumer Information Acquisition Activities", Journal of Marketing, 55 (1).
- Muntyah dan Sukamdi (1997), "Strategi Kelangsungan Hidup Rumah Tangga Miskin di Pedesaan ", Populasi, Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Nagarajan, G (1999), Microfinance in the Wake of Natural Disasters: Challenges and Opportunities, USAID
- Olson, Philip D., dan Donald Bokor (1995), " Strategy Process-Content Interaction: Effect on Growth Performance in Small Start-up Firms", Journal of Small Business Management 33 (1)
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry (1985), " A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", Journal of Marketing volume 49
- Parasuraman (1988), " Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality", Journal of Retailing 64 (12)
- Parasuraman, A, Dhruv Grewal (2000), " The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain : A Research Agenda", Journal of the Academy of Marketing Sciences, volume 28, No. 1
- Pearche, J.A. dan R.B.J. Robinson (1985), Strategic Management : Strategy Formulation and Implementation, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Premaratne, S.P (2001), " Netwroks, Resources, and Small Business Growth : The Experience in Sri Lanka ", Journal of Small Business Management 39 (4)
- Raviez, Marisol R (1996), Searching for Sustainable Microfinance : A Review of Five Indonesian Initiatives, Rural Cluster Development Economics Research Group
- Reichheld dan Sasser (1990), " Zero Defection ", dalam Services Marketing, People, Technology, Strategy, oleh Christopher Lovelock, Prentice Hall International, Inc, 2001.



Rhyne, Elisabeth dan Maria Otero (1994), Financial Services for Microenterprises, Kumarian Press

Robinson, Marguerite S (1994), " Saving Mobilization and Microenterprise Finance :The Indonesian Experience ", dalam Maria Otero dan Elisabeth Rhyne (ed), The New World of Microenterprise Finance, Building Healthy Financial Institutions for The Poor, Kumarian Press

_____ (1997), Sustainable Microfinance at The Bank Rakyat Indonesia : The Economic and Social Profit, Workshop on Institutional Commercial Microfinance for the Working Poor.

_____ (2001), The Microfinance Revolution, Sustainable Finance for the Poor, The World Bank

Rock, R; Otero, M and Saltzman, S (1998), Principles and Practices of Microfinance Governance, ACCION International

Samuelson, Paul A., William D. Nordhaus (1985), Economics, edisi ke 12, McGraw Hill

Seibel, Hans Dieter (1996), Financial Systems Development and Microfinance, Viable Institutions, Appropriate Strategies and Sustainable Financial Services for the Microeconomy, GTZ GmbH, Eschborn

Sa'ad (2003), Disertasi, Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya, tidak dipublikasikan

SDKI (1994), Profil Wanita Indonesia, Kantor Menteri Negara Kependudukan / Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional, Jakarta

Sebstad, J (1996), Toward Guidelines for Lower-Cost Impact Assessment Methodologies for Microenterprise Program, Discussion Paper for The Second Virtual Meeting of The CGAP Working Group on Impact Assessment Methodologies, AIMS, Management System International, Washington D.C.

SI Consulting (2003), Mitra Karya East Java Foundation, Financial Statement Compilation for the Year Ended 31 December 2002 and Six-month Period Ended 30 June 2003, Surabaya, Tidak dipublikasi



Uzzi, B (1997), " Social Structure and Competition in Inter-Firm Networks : The Paradox of Embeddedness," Administrative Science Quarterly 42 (1)

Von Pischke, J.D dan Douglas Adams dan Gordon Donald ed (1983), Rural Financial Markets in Developing Countries : Their Use and Abuse, John Hopkins University Press, Baltimore.

Woller, G.M; C. Dunford and W. Woodwort (1999), " Where to Microfinance ", International Journal of Economic Development

Yaron, Jacob (1994), "Successful Rural Finance Institutions", World Bank Discussion Paper 150, The World Bank, Washington D.C.

Yunus, Muhammad dan Alan Jolis (1998), Banker to The Poor, The University Press, Ltd.

Zain, Djumilah, Semaoen, Ashar (1998), Strategi Pengentasan Kemiskinan Melalui Bantuan Modal Bagi Rumah Tangga Miskin di Pedesaan, Penelitian Hibah Bersaing tahun 1995/1996 s/d 1997/1998 tidak dipublikasi, Lembaga Penelitian Universitas Brawijaya, Malang

Zain, Djumilah (2001), Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Miskin Melalui Pemberian Kredit Model Grameen Bank, Workshop Macro Policy and Rural Finance, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.

Zeithaml, Valerie A (1981), " How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services", dalam Marketing of Services, ed J.H Donelly dan W.R George, Chicago : American Marketing Association

Zeller, Manfred (1998), Determinant of Repayment Performance in Credit Groups : The Role of Program Design, Intragroup Risk pooling, and Social Cohesion, International Food Policy Research Institute, The University of Chicago

Uzzi, B (1997), " Social Structure and Competition in Inter-Firm Networks : The Paradox of Embeddedness," Administrative Science Quarterly 42 (1)

Von Pischke, J.D dan Douglas Adams dan Gordon Donald ed (1983), Rural Financial Markets in Developing Countries : Their Use and Abuse, John Hopkins University Press, Baltimore.

Woller, G.M; C. Dunford and W. Woodwort (1999), " Where to Microfinance ", International Journal of Economic Development

Yaron, Jacob (1994), "Successful Rural Finance Institutions", World Bank Discussion Paper 150, The World Bank, Washington D.C.

Yunus, Muhammad dan Alan Jolis (1998), Banker to The Poor, The University Press, Ltd.

Zain, Djumilah, Semaoen, Ashar (1998), Strategi Pengentasan Kemiskinan Melalui Bantuan Modal Bagi Rumah Tangga Miskin di Pedesaan, Penelitian Hibah Bersaing tahun 1995/1996 s/d 1997/1998 tidak dipublikasi, Lembaga Penelitian Universitas Brawijaya, Malang

Zain, Djumilah (2001), Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Miskin Melalui Pemberian Kredit Model Grameen Bank, Workshop Macro Policy and Rural Finance, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.

Zeithaml, Valerie A (1981), " How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services", dalam Marketing of Services, ed J.H Donelly dan W.R George, Chicago : American Marketing Association

Zeller, Manfred (1998), Determinant of Repayment Performance in Credit Groups : The Role of Program Design, Intragroup Risk pooling, and Social Cohesion, International Food Policy Research Institute, The University of Chicago