

Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan pengajuan, promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan studi kasus di bank syariah Indonesia KC Malang Soetta

Nur Muhammad Agung Tri Yoga, Imam Mukhlis*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: imam.mukhlis.fe@um.ac.id

Paper received: 3-1-2022; revised: 18-1-2022; accepted: 24-1-2022

Abstract

The government is trying to improve the economy to encourage economic growth that will improve people's living standards. The role of banks is very important in contributing to helping improve the country's economy. Banks play an important role in helping to improve the economy of a country. The banking industry is currently a very important business partner in a business field. In the economic sector, banks act as intermediaries in connecting these economic sectors. The development of financial institutions is a sign of the increasing need in the business world for financial services and capital. The public can receive capital to run their business from individuals or financial institutions such as Islamic banks. The quality of service, the promotions provided, as well as the ease of applying for an easy and uncomplicated loan of funds are ways to attract customers to want to do financing. The purpose of this study is to investigate and examine the impact of service quality, ease of application for financing, and promotion of customer determination in taking people's business financing at Bank Syariah Indonesia KC Soekarno Hatta Malang. This research is quantitative, the population in this study are BSI bank customers who do financing with data collection techniques using purposive sampling with a total of 100 respondents. The results obtained in this study all independent variable items have a significant impact on the dependent variable.

Keywords: service; islamic bank; financing; promotion

Abstrak

Pemerintah sedang berupaya untuk memperbaiki perekonomian agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang akan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Peran bank sangatlah penting dalam berkontribusi untuk membantu meningkatkan perekonomian negara. Bank berperan penting dalam membantu meningkatkan perekonomian sebuah negara. Industri perbankan saat ini merupakan partner bisnis yang sangat penting dalam sebuah bidang usaha. Pada sektor ekonomi bank bertindak sebagai perantara dalam menyambungkan sektor perekonomian tersebut. Berkembangnya Lembaga keuangan merupakan tanda meningkatnya kebutuhan dalam dunia usaha akan jasa keuangan dan modal. Masyarakat dapat menerima modal untuk menjalankan usahanya dari individu atau Lembaga keuangan seperti bank Syariah. Kualitas pelayanan, Promosi yang diberikan, serta kemudahan dalam mengajukan peminjaman dana yang mudah serta tidak rumit merupakan cara untuk memikat nasabah agar mau melakukan pembiayaan. Tujuan dalam penelitian ini untuk menyelidiki dan menguji dampak dari kualitas pelayanan, kemudahan dalam pengajuan pembiayaan, serta promosi terhadap ketetapan nasabah dalam mengambil pembiayaan perusahaan rakyat di Bank Syariah Indonesia KC Soekarno Hatta Malang. Penelitian ini bersifat kuantitatif, populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah bank BSI yang melakukan pembiayaan dengan Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling dengan total 100 responden. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini seluruh item variabel independent memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kata kunci: layanan; bank syariah; pembiayaan; promosi

1. Pendahuluan

Pemerintah sedang berupaya untuk melaksanakan pembangunan sektor perekonomian agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Upaya ini mempengaruhi industri keuangan dengan munculnya Lembaga keuangan yang berjalan dengan mematuhi syariat islam. Menurut Hairiyah dan Ali (2017) Peran bank sangatlah penting dalam berkontribusi untuk membantu meningkatkan perekonomian negara. Suatu negara dapat dikatakan Makmur apabila pertumbuhan ekonominya terus berkembang (Andrean & Mukhlis, 2021). Industri perbankan saat ini merupakan partner bisnis yang sangat penting dalam sebuah bidang usaha. Fungsi bank yang sangat lekat yaitu menghimpun dana berbentuk simpanan dan dana tersebut akan dipinjamkan untuk masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan agar taraf hidup masyarakat dapat meningkat (Sucihati et al., 2020). Bank bertindak sebagai perantara dalam menyambungkan sektor perekonomian baik berskala ekonomi besar maupun yang kecil. Hal inilah yang mendorong berbagai kelompok agar dapat ikut berkontribusi untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Terdapat beberapa tindakan yang dilakukan oleh Bank Syariah dalam membantu masyarakat yaitu dengan mempromosikan usaha masyarakat agar konsumen tertarik, pengusaha dapat meningkatkan kualitas produk, dan memberikan suntikan dana untuk pelaku usaha. Menurut Bhakti et al. (2013) Lembaga keuangan merupakan pihak yang ikut serta dalam menguatkan usaha masyarakat dengan membantu mengatasi permasalahan permodalan. Berkembangnya Lembaga keuangan merupakan tanda meningkatnya kebutuhan dalam dunia usaha akan jasa keuangan dan modal. Masyarakat dapat menerima modal untuk menjalankan usahanya dari individu atau Lembaga keuangan seperti bank Syariah, pegadaian dan koperasi.

Pemilik umkm cenderung terkesan terhadap pilihan pinjaman karena didasarkan pada pengetahuan mereka mengenai proses dalam meminjam dana. Kualitas pelayanan, Promosi yang diberikan, serta kemudahan dalam mengajukan peminjaman dana yang cenderung mudah serta tidak rumit merupakan cara untuk memikat nasabah agar mau melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Menurut Mahyarni (2013) Prosedur pengajuan yang mudah akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah dalam keputusan untuk mengambil pembiayaan. Bank Syariah harus dapat bekerja sama dengan pemerintah, swasta, dan masyarakat luas agar dapat mencapai peningkatan ekonomi yang diharapkan. Salah satunya dengan penciptaan dan penguatan pada sektor UMKM serta negara Indonesia memiliki penduduk muslim terbanyak didunia yang dapat menjadi penguat bank Syariah dan produk produknya di Indonesia karena dapat beradaptasi dengan lingkungan bisnis sehingga bank Syariah dapat memberikan kontribusi yang lumayan besar terhadap sektor UMKM. Perkembangan dunia perbankan seiring bertambahnya waktu menjadi semakin kompleks terdapat beberapa variasi yang menyatukan antara teknologi dengan segmen pasar serta penyesuaian terhadap regulasinya (Sumantri, 2014). Menurut Adhitya (2013) Semakin ketatnya persaingan yang terjadi pada industri perbankan, maka bank Syariah perlu memiliki strategi yang tepat dalam menangani masalah permodalan pengusaha UMKM dan mengembangkan strategi yang tepat untuk menarik pengusaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan usaha. Strategi tepat dan inovasi yang menarik dapat menarik minat para nasabah dalam mengambil pembiayaan hal ini merupakan peluang besar bank Syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya (Prayogi & Siregar, 2017). BSI juga terus berbenah diri antara lain menemukan dan menyelidiki perilaku dan minat pengusaha UMKM dalam mengajukan pinjaman dari bank. Bank Syariah Indonesia dapat menjadi alternative pinjaman

bagi UMKM di Indonesia, pembiayaan dengan sistem Syariah dinilai cocok untuk pembiayaan sektor UMKM karena dapat diandalkan serta tidak membebani pelaku UMKM dengan kenaikan suku bunga. Dilihat dari cakupan bisnisnya, terlihat bahwa bank Syariah memiliki produk yang lebih menarik serta telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat jika dibandingkan dengan bank konvensional.

Menurut Kara (2013) perbankan syariah yang memiliki keragaman dalam produknya dapat memberikan peluang yang lebih luas lagi dalam pemenuhan kebutuhan nasabah yang telah disesuaikan dengan keperluan aktual masyarakat, khusus pembiayaan untuk masyarakat skema pendanaan telah disesuaikan dengan keperluan dari nasabah. Alasan tingginya porsi pendanaan bank Syariah untuk UMKM dikarenakan bank Syariah lebih mementingkan kelayakan daripada agunan di bank konvensional (Zainuddin et al., 2017). Masyarakat banyak yang percaya bahwa bank konvensional memiliki sistem suku bunga yang bertentangan dengan ajaran agama, hal tersebut yang menjadi salah satu pemicu masyarakat untuk beralih ke bank syariah. Saat mempertimbangkan kebijakan kredit atau pendanaan banyak bank saat ini menggunakan definisi kredit atau pendanaan UMKM berdasarkan batas kredit. Selain itu pinjaman kredit atau pendanaan UMKM harus memiliki kriteria bukan hanya dari jumlah nominal kredit saja, tetapi juga pada produktivitas atau non produktivitas perusahaan penerima pinjaman. Penunjang perekonomian di Indonesia mayoritas dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dimana UMKM merupakan perusahaan dagang yang dijalankan oleh perorangan atau perusahaan yang terdaftar sebagai standar usaha kecil (Azmi & Riyaldi, 2019). Terbukti bahwa sektor ini mampu bertahan selama krisis ekonomi. Artinya, sektor UMKM memiliki keunggulan dan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan strategi serta bantuan dari institusi yang tepat. Menurut Nasir et al. (2021) UMKM dikatakan mendukung perekonomian Indonesia karena pada dasarnya bisnis ini yang dapat menciptakan lapangan kerja baru agar membantu mengurangi pengangguran serta dapat meningkatkan pendapatan pemerintah melalui pajak. Usaha kecil dan menengah tergolong sebagai pemain utama dalam kegiatan perekonomian Indonesia karena kelompok usaha tersebut diharapkan dapat berkembang lebih mandiri. Tetapi terdapat keterbatasan yang masih dihadapi oleh banyak pengusaha UMKM di Indonesia yaitu kemudahan dalam akses permodalan (Sakinah & Indiworo, 2021). Akibatnya UMKM harus berjuang untuk meningkatkan penjualan bisnis dan diversifikasi produk yang kompetitif. Pelaku usaha UMKM saat ini enggan menghimpun dana melalui pinjaman bank dan pinjaman korporasi. Pelaku usaha UMKM lebih memilih menerima bantuan modal dari Lembaga informal seperti anggota keluarga, kerabat, dan bahkan rentenir. Hal ini dikarenakan bank umumnya tidak memberikan pinjaman dalam jangka waktu yang Panjang serta nilai agunan yang mereka butuhkan terlalu tinggi, dan suku bunga yang diberikan cenderung tinggi serta memerlukan jaminan agar dapat memperoleh pinjaman yang sulit untuk dipenuhi oleh beberapa pengusaha (Simarmata, 2017). Hal inilah yang membuat para pengusaha UMKM harus memilih alternative dalam membiayai usahanya, Keputusan mengambil kredit yang dilakukan nasabah merupakan sebuah alternatif dari serangkaian pilihan yang ada (Thoharudin et al., 2019). Menurut Kalonta et al. (2021) Penting bahwa keputusan dibuat sebelum pelanggan menerima pinjaman dari Lembaga keuangan agar dapat mencegah terjadinya kendala disaat melakukan pembiayaan dan dapat menerima biaya yang diinginkan.

Nasabah dalam memutuskan untuk mengambil pinjaman didasari oleh beberapa faktor dari internal maupun eksternal (Wulandari & Subagio, 2015). Faktor internal dapat berupa

psikologis, dan motivasi faktor eksternal berupa kualitas dari layanan, kemudahan dalam mengajukan pembiayaan, dan fasilitas yang diberikan oleh Lembaga keuangan. Konsumen sendiri merupakan pihak yang menggunakan layanan perbankan yang ada, dan setiap konsumen berhak menggunakan layanan tersebut dan memilih dengan bank mana akan digunakan layanan tersebut. Menurut Kalonta et al. (2021) Persepsi nasabah terhadap pilihan pinjaman didasari oleh wawasan mengenai proses pinjaman, jaminan yang diperlukan untuk mengajukan pinjaman, promosi yang menarik, besaran bunga yang diberikan, kualitas pelayanan yang diberikan, dan proses dalam mengajukan pembiayaan yang tidak rumit faktor tersebut dapat menjadi keputusan dalam mengajukan pembiayaan. Tujuan pada penelitian ini untuk menyelidiki dan menguji dampak dari kualitas pelayanan, kemudahan dalam pengajuan pembiayaan, serta promosi terhadap ketetapan nasabah dalam mengambil pembiayaan usaha rakyat di Bank Syariah Indonesia KC Soekarno Hatta Malang.

Kualitas Pelayanan, menurut Kotler (2010), Pelayanan merupakan aktivitas atau perbuatan membujuk dari suatu pihak kepada pihak lain dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hasibuan (2002) berpendapat bahwa layanan atau bantuan merupakan suatu aktivitas yang memberikan jasa layanan dari satu orang kepada orang lainnya. Layanan diperlukan bank dikarekakan ikut berperan untuk meningkatkan citra dari bank. Kualitas layanan merupakan seperangkat karakteristik barang dan jasa yang membuktikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan orang terlihat maupun tidak terlihat. Memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya sangatlah penting untuk mendorong keberhasilan suatu perusahaan (Delima & Paramita, 2019). Pelayanan yang baik dan berkualitas dapat meminimalkan nasabah memberi keluhan kepada bank. Konsumen yang puas dari pelayanan yang diberikan oleh suatu pihak akan menciptakan pelanggan yang loyal dan mengurangi kemungkinan bahwa konsumen akan beralih ke perusahaan lain (Astuti & Mustikawati, 2013). Berdasarkan teori tersebut layanan merupakan faktor penting dalam setiap usaha, kepuasan konsumen dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan usahanya.

Kemudahan Dalam Pengajuan, kemudahan para nasabah dalam melakukan pembiayaan tanpa proses yang rumit dan menyusahakan maka akan membuat nasabah melakukan pembiayaan. kemudahan pengajuan merupakan sebuah fase dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem dapat digunakan tanpa membutuhkan banyak usaha. Menurut Febriyanto et al. (2019) kemudahan dalam memperoleh akses akan mempermudah pelaku usaha untuk dapat mengembangkan usahanya dengan memperoleh tambahan dana yang dapat dimanfaatkan sebagai modal usahanya.

Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan atau memperkenalkan suatu produk kepada konsumen untuk mempengaruhi pertimbangan dari konsumen mengenai produk tersebut. promosi melibatkan fungsi organisasi dan kumpulan proses, promosi merupakan kegiatan memberikan informasi mengenai keuntungan suatu produk dan merayu konsumen agar dapat memutuskan untuk membeli produk tersebut (Kotler & Keller, 2016). Deskripsi tersebut disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi pelanggan serta merayu agar membeli produk yang telah ditawarkan. Promosi berfungsi sebagai alat komunikasi dalam sebuah perdagangan tujuannya mempengaruhi keputusan pelanggan dalam kegiatan pembelian dan menggunakan sebuah jasa agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini menunjukkan bahwa iklan dapat mendorong konsumen untuk mempengaruhi minat dan keputusan mereka dalam memilih suatu produk.

Pembiayaan menurut prinsip syariah adalah penyiapan uang yang didasari oleh kesepakatan antara dua belah dan mewajibkan pihak yang diberikan dana agar melunasi tagihan dengan kurun waktu yang telah dijanjikan di awal pengembalian tersebut bisa berupa bagi hasil atau imbalan. Produk dari bank syariah menyebut pendanaan sebagai pembiayaan. Pembiayaan dalam sistem bank konvensional memiliki arti sebagai kredit. Menurut Wahyuningsih et al. (2014) penyaluran pembiayaan didasari pada prinsip kepercayaan sehingga pemilik dana mempunyai keyakinan bahwa dana yang telah diserahkan dalam bentuk pembiayaan maka akan dikembalikan. Menurut Erlindawati (2017) Pembiayaan merupakan sumber pendapatan utama dan merupakan kegiatan yang sangat penting karena mendukung kelangsungan operasional Bank Dunia. Di sisi lain, jika manajemen salah maka akan menjadi masalah dan bisa berdampak pada bank gulung tikar. Dana Syariah harus dikelola dengan baik agar dapat terdistribusikan secara lancer kepada nasabah agar setara dengan haluan perusahaan dan syariat islam.

2. Metode

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah BSI KC Soekarno Hatta Malang yang melakukan melakukan pembiayaan di BSI dan berjumlah 200 orang untuk memudahkan penelitian maka dibulatkan menjadi 100 responden dengan rentang umur dari 21 tahun – 52 tahun dan pekerjaan antara lain wirausaha, PNS, dan pegawai BSI. Penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling dengan perbandingan yang ditentukan untuk pengambilan sampel adalah sudah atau belum pernah melakukan pembiayaan di BSI

2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini berada di Bank BSI KC Soekarno Hatta Malang yang dilaksanakan pada tanggal 27 Mei – 30 Juni 2022

2.3. Teknik Metode

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu dari Data Primer, serta Data Sekunder. Data Primer berasal dari individual atau perseorangan dengan melakukan penyebaran kuesioner dan indikator yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kemudahan dalam pengajuan, dan promosi serta hasil dari wawancara kepada beberapa nasabah yang akan melakukan pembiayaan. Responden pada penelitian ini yaitu nasabah bank BSI KC Soekarno Hatta Malang. Data sekunder berasal dari internet, jurnal, serta beberapa dari buku yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun penelitian ini. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini yaitu pembiayaan. Sedangkan variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan, Kemudahan dalam Pengajuan, dan Promosi. Skala likert digunakan dalam penelitian ini sebagai pilihan jawaban responden dengan komposisi 5 skala yaitu STS, TS, N, S, SS. Serta aplikasi yang digunakan untuk membantu peneliti mengolah data yaitu menggunakan bantuan aplikasi stata dengan rumus yang digunakan untuk mengolah data yaitu regresi berganda dengan menggunakan rumus yaitu.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

X1 = Kualitas Pelayanan/ variabel independen

X2 = Kemudahan dalam pengajuan pembiayaan/ variabel independen

X3 = Promosi/ variabel independen

e = Error

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Intrumen

3.1.1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan sebuah pengujian atas pertanyaan yang diberikan dengan menggunakan cara analisis dari masing masing item dengan nilai variabel (yaitu hasil perhitungan semua nilai dari masing masing item pertanyaan, korelasi yang digunakan yaitu Teknik pearson correlation dengan dibantu aplikasi stata) pertanyaan bisa dianggap kredibel jika jumlah dari r hitung lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel.

Hasil pengolahan didapatkan bahwa masing masing variabel berjumlah lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel maka kesimpulannya seluruh item pertanyaan kuesioner yang dipakai dinyatakan kredibel dan layak

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan sebuah pengujian jawaban dari pertanyaan kuesioner apakah kredibel atau tidak dengan cara melihat hasil dari pengolahan apabila nilai alpha lebih tinggi dibandingkan dengan 0,6 maka jawaban yang diberikan oleh responden bisa dinyatakan kredibel jika lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dinyatakan tidak kredibel.

Hasil pengolahan pertanyaan menggunakan aplikasi stata ditemukan bahwa seluruh variabel penelitian mendapatkan perolehan nilai alpha diatas 0,6. Nilai olahan data dari variabel kualitas pelayanan berjumlah 0.6880, variabel kemudahan pengajuan berjumlah 0.7455, variabel promosi berjumlah 0.7240, variabel keputusan mengambil pembiayaan berjumlah 0.6252 masing masing variabel memiliki jumlah nilai lebih besar dibanding 0,6 maka jawaban dari pertanyaan variabel kualitas pelayanan dinyatakan kredibel

3.2. Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda maka diperlukan suatu pengetesan asumsi klasik dari data yang akan diolah:

3.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bisa memakai gambar p plot. Penentuan gambar menggunakan p plot yaitu dengan meninjau titik sebaran pengamatan apa bila titik berada di sekitar garis diagonal disimpulkan bahwa penggunaan data pada penelitian terdistribusi normal. Dari

hasil olahan data memperlihatkan data yang bergerak mengikuti garis linear diagonal sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan terdistribusi normal.

3.2.2. Uji Multikolinearitas

hasil dari pengetesan uji multikolinearitas mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, kemudahan pengajuan pembiayaan, dan promosi mempunyai nilai hasil lebih dari 0,10 maka disimpulkan variabel independen tidak mengalami korelasi. Perhitungan data penelitian ini menunjukkan bahwa VIF memiliki nilai rata rata sebesar 1.01 dari perolehan variabel kualitas pelayanan 1.02, variabel kemudahan pengajuan pembiayaan 1.02, serta variabel Promosi 1.00. dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengolahan data menggunakan aplikasi stata menunjukkan hasil 0,6281 dikarekan nilai tersebut lebih tinggi dibanding 0,05 serta gambar grafik dimana titik titik membentuk pola acak dan tidak menggambarkan pola tertentu maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda yang telah diolah dengan menggunakan aplikasi Stata sebagai berikut:

$$Y = 7.6409 + 0.4458595 X_1 + 0.2071032 X_2 - 0.4913488 X_3 + e$$

T Hitung = X1 (7.13); X2 (2.02); X3 (-6.80)

F Hitung = 36.16; R² = 0.5158

3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil Pembiayaan

Hasil analisis data pada penelitian ini, didapatkan t hitung variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 7.13 dan memiliki nilai p value 0,0000 atau dibawah 5% maka variabel kualitas pelayanan memiliki dampak kepada keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BSI KC Malang Soetta. Artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) bertambah sebesar 0,445 atau 44,5% koefisien menunjukkan positif Kenaikan Kualitas Pelayanan dapat memberikan pengaruh keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Sebagai target pasar industri perbankan, masyarakat umum memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih bisnis jasa perbankan. tingkat pelayanan yang dirasakan masyarakat pada saat melakukan pembiayaan di bank akan berpengaruh pada keputusannya.

Pada BSI KC Malang Soetta kualitas pelayanan yang diberikan cukup baik dan profesional dalam melayani nasabah akan meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan. pelayanan yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumennya maka dapat meningkatkan minat nasabah untuk melakukan pembiayaan, serta Nasabah akan merasa nyaman apabila layanan yang diberikan oleh bank diluar ekspetasi dan perkiraan mereka. Sejalan dengan penelitian yang dikembangkan oleh Cahyani et al. (2013), penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat dalam menggunakan jasa bank.

3.5. Pengaruh Kemudahan Pengajuan terhadap keputusan nasabah mengambil Pembiayaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, didapatkan t hitung variabel kemudahan pengajuan memiliki nilai 2.02 dan memiliki nilai p value 0,0046 atau dibawah 5% maka variabel kemudahan pengajuan memiliki dampak kepada keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BSI KC Malang Soetta. Artinya jika variabel Kemudahan Pengajuan (X2) bertambah sebesar 0,207 atau 20,7% koefisien menunjukkan positif. Kemudahan Pengajuan dapat memberikan pengaruh nasabah untuk mengambil pembiayaan. Kemudahan Pengajuan berpengaruh signifikan hal ini dilakukan oleh bank Syariah agar masyarakat tidak memilih pinjaman dari pinjaman pribadi atau non formal yang ketersediaan modalnya tidak stabil. Bank Syariah terus berinovasi agar para nasabah lebih memilih jasanya untuk menjamin ketersediaan modalnya.

BSI KC Malang Soetta memberikan kemudahan melakukan pembiayaan agar nasabah berminat untuk mengambil pembiayaan, kemudahan yang diberikan oleh BSI KC Malang Soetta yaitu dengan proses untuk mengajukan pembiayaan yang sederhana dan tidak menyusahkan nasabahnya hal ini dilakukan oleh BSI KC Malang Soetta agar para nasabah dapat dengan cepat memperoleh dana yang dibutuhkan untuk mengembangkan usahanya. Sejalan dengan hasil penelitian oleh Ningsih et al. (2019) disimpulkan bahwa kemudahan pengajuan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan untuk mengambil pembiayaan

3.6. Pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah mengambil Pembiayaan

Hasil analisis data pada penelitian ini, didapatkan t hitung variabel promosi memiliki nilai -6.80 t hitung dan memiliki nilai p value 0,0000 atau dibawah 5% maka variabel Promosi memiliki dampak kepada keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BSI KC Malang Soetta. Artinya jika variabel Promosi (X3) bertambah sebesar 1 maka variabel pembiayaan akan turun sebanyak -0,491 atau 49,1% koefisien bernilai negatif. Promosi adalah cara paling ampuh bagi bank agar dapat menarik minat nasabah.

promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi pelanggan serta merayu agar membeli produk yang telah ditawarkan. Promosi berfungsi sebagai alat komunikasi dalam sebuah perdagangan tujuannya mempengaruhi keputusan pelanggan dalam kegiatan pembelian dan menggunakan sebuah jasa agar keinginannya dapat tercapai. Apabila promosi dijalankan secara baik dan dapat mencapai target maka secara efektif bisa mengajak nasabah agar mau melakukan pembiayaan di BSI KC Soekarno Hatta Malang. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2018) dalam penelitiannya disimpulkan bahwa promosi memiliki dampak positif dan signifikan mengenai keputusan masyarakat mengambil pembiayaan.

4. Simpulan

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil ini kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nasabah untuk memutuskan untuk melakukan pembiayaan usaha rakyat. Hasil analisis data mendapatkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima kesimpulannya bahwa

kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan usaha rakyat. Kesimpulan yang didapat dari hasil ini kemudahan pengajuan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nasabah untuk memutuskan untuk melakukan pembiayaan usaha rakyat. Hasil analisis data mendapatkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan usaha rakyat. Kesimpulan yang didapat dari hasil ini Promosi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nasabah untuk memutuskan untuk melakukan pembiayaan usaha rakyat. Hasil analisis data mendapatkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima kesimpulannya bahwa Promosi berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan usaha rakyat

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

Bagi peneliti setelahnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan lebih dikembangkan pada variabel independennya agar lebih variatif serta faktor apa saja yang menjadi penentu dalam keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih bervariasi. Bagi pihak bank penelitian ini diharapkan dapat menjadi petunjuk untuk mengembangkan bank untuk lebih berinovasi agar masyarakat tertarik dalam menggunakan produk yang dikeluarkan oleh bank. Bagi pihak masyarakat penelitian ini dibuat berharap agar masyarakat dapat menjadikan evaluasi kedepannya agar dapat memutuskan faktor apa saja yang bisa menjadi acuan dalam mengambil pembiayaan agar usaha yang dijalankan dapat dikembangkan lagi dengan adanya bantuan dana dari pembiayaan bank.

Daftar Rujukan

- Adhitya, F. (2013). *Analisis pengaruh suku bunga kredit, kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan perifer dan kemampuan tenaga marketing terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di bank Mandiri unit mikro distrik Semarang*. Diponegoro University.
- Andrean, D., & Mukhlis, I. (2021). Analisis pengaruh kredit perbankan, pembiayaan bank syariah dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia periode sebelum pandemi Covid-19 (2015-2019) dan periode pandemi Covid-19 tahun 2020. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(9), 844-853.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182-198.
- Azmi, N., & Riyaldi, M. H. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi minat pengusaha usaha mikro, kecil dan menengah mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1).
- Bhakti, R. T. A., Bakri, M., & Hamidah, S. (2013). Pemberdayaan UMKM dan lembaga keuangan syariah melalui prinsip bagi hasil. *Journal de Jure*, 5(1).
- Cahyani, A. F., Saryadi, S., & Nurseto, S. (2013). Pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3), 371-379.
- Delima, M., & Paramita, M. (2019). Analisis kemudahan akses terhadap kepercayaan masyarakat pada bank syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 75-82.
- Erlindawati, E. (2017). Prinsip manajemen pembiayaan syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), 82-97.
- Febriyanto, D. P., Soegiono, L., & Kristanto, A. B. (2019). Pemanfaatan informasi keuangan dan akses

- pembiayaan bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2).
- Hairiyah, S., & Ali, H. (2017). Decision analysis in taking multipurpose loan: promotions, locations, and credit procedures (A case of the bank "PQR Jakarta"). *Saudi Journal of Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/Sjbms>, 3.
- Hasibuan, H. (2002). *Pelaksanaan prinsip-prinsip pemberian kredit secara sehat kepada debitur perantauan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Kabupaten Wonogiri Jawa Tengah*. Universitas Gadjah Mada.
- Kalonta, K. P. A., Mananeke, L., & Worang, F. G. (2021). Analysis of the influence of service quality, promotion, and trust on customer decisions in proposing people's business credit (KUR) with brand image as intervening variable at PT. Bank Sulutgo Tondano branch. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 2(10), 33–44.
- Kara, M. (2013). Kontribusi pembiayaan perbankan syariah terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota Makassar. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 47(1).
- Kotler, P. (2010). *Principles of marketing: A South Asian perspective*, 13/E. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing managemen 15th edition pearson education*. Inc.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.
- Nasir, M., Meilvinasvita, D., Putri, Y. T., & Adinda, A. (2021). Religiusitas dan produk bank serta hubungannya dengan keputusan pengambilan pembiayaan usaha mikro kecil menengah pada PT Bank Syariah Mandiri cabang Bireuen. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2).
- Ningsih, N. W., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Analisis Literasi Keuangan, Persyaratan Pembiayaan dan Keberlangsungan Usaha terhadap Kemudahan Akses Pembiayaan Formal pada UMKM. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Prayogi, M. A., & Siregar, L. H. (2017). Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 121–131.
- Sakinah, L., & Indiworo, H. E. (2021). Intensi pengusaha mikro mengajukan pembiayaan di perbankan syariah (studi kasus pada usaha mikro di kecamatan Weleri). *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 33–41.
- Simarmata, H. M. P. (2017). Pengaruh kualitas jasa, citra perusahaan dan tingkat suku bunga kredit terhadap keputusan pengambilan produk kredit mikro. *Jurnal Politeknik Bisnis Indonesia*, 7(1), 16–31.
- Sucihati, R. N., Suprianto, S., & Mustiadi, D. (2020). Analisis pengaruh promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR)(Studi pada nasabah bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 8(3), 164–174.
- Sumantri, B. (2014). pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 141–147.
- Thoharudin, M., Suriyanti, Y., & Huda, F. A. (2019). Pengaruh prosedur pembiayaan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan pada BPD Kalimantan Barat KCP syariah cabang Sintang. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 1–10.
- Ulfa, M. (2018). *Analisis pengaruh promosi, lokasi serta pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR dengan minat nasabah sebagai variabel intervening*. IAIN SALATIGA.
- Wahyuningsih, D., Titik, C. S., & Oktavianti, H. (2014). Analisis prilaku nasabah dalam pembiayaan di Bank Syariah Mandiri. *Media Trend*, 9(1).
- Wulandari, D., & Subagio, A. (2015). Consumer decision making in conventional banks and Islamic bank based on quality of service perception. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 471–475.
- Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2017). Analisis faktor dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah (Studi kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 55–76.

LAMPIRAN

HASIL DATA PENELITIAN KUESIONER

x11	x12	x13	x14	x21	x22	x23	x31	x32	x33	y1	y2	y3
3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4
3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
2	3	2	2	4	4	3	5	4	4	2	3	3
2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4
4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
2	4	3	2	4	4	4	5	4	4	2	2	4
3	2	2	2	4	3	3	5	5	5	3	2	2
3	3	2	1	5	5	4	4	4	4	3	2	3
3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
1	4	3	3	4	4	4	5	4	5	1	3	4
2	3	3	3	3	3	3	5	4	4	2	3	3
2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3
2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2
1	2	4	3	4	4	4	5	5	5	1	4	2
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator	r hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0.6598	0.1966	Valid
X1.2	0.6787	0.1966	Valid
X1.3	0.7763	0.1966	Valid
X1.4	0.8235	0.1966	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Pengajuan Pembiayaan (X2)

Indikator	r hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0.7646	0.1966	Valid
X2.2	0.8410	0.1966	Valid
X2.3	0.8413	0.1966	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)

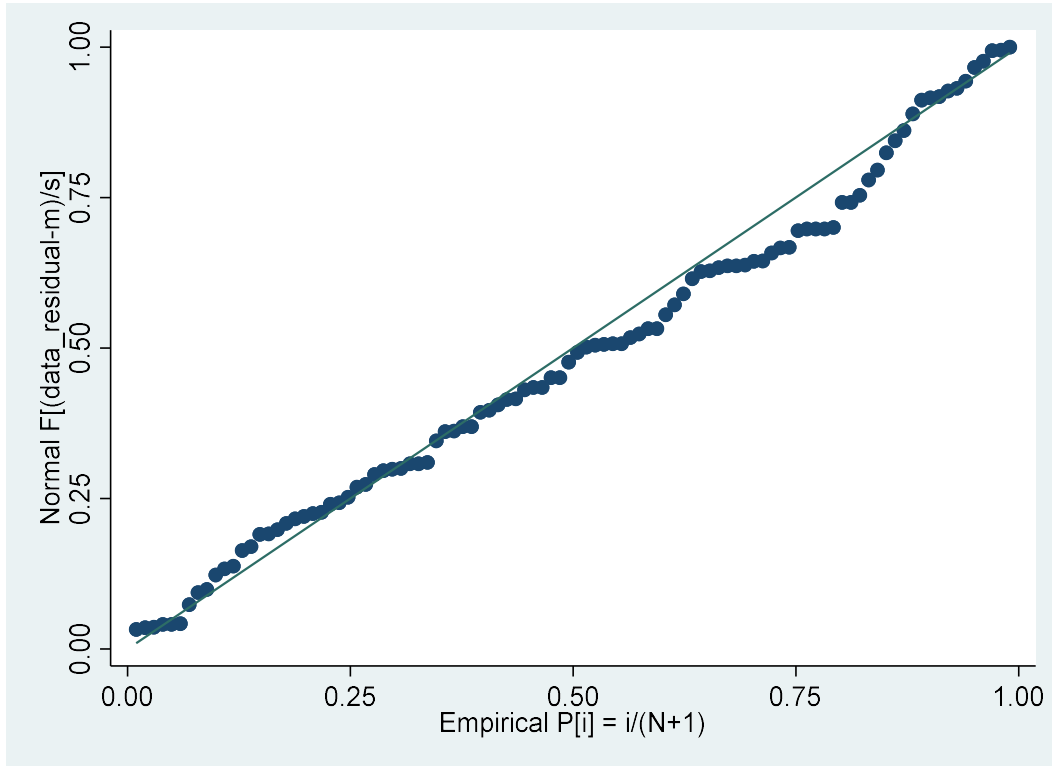
Indikator	r hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0.8532	0.1966	Valid
X3.2	0.7295	0.1966	Valid
X3.3	0.8277	0.1966	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Pembiayaan (Y)

Indikator	r hitung	R tabel	Keterangan
Y1.1	0.8450	0.1966	Valid
Y1.2	0.7545	0.1966	Valid
Y1.3	0.6761	0.1966	Valid

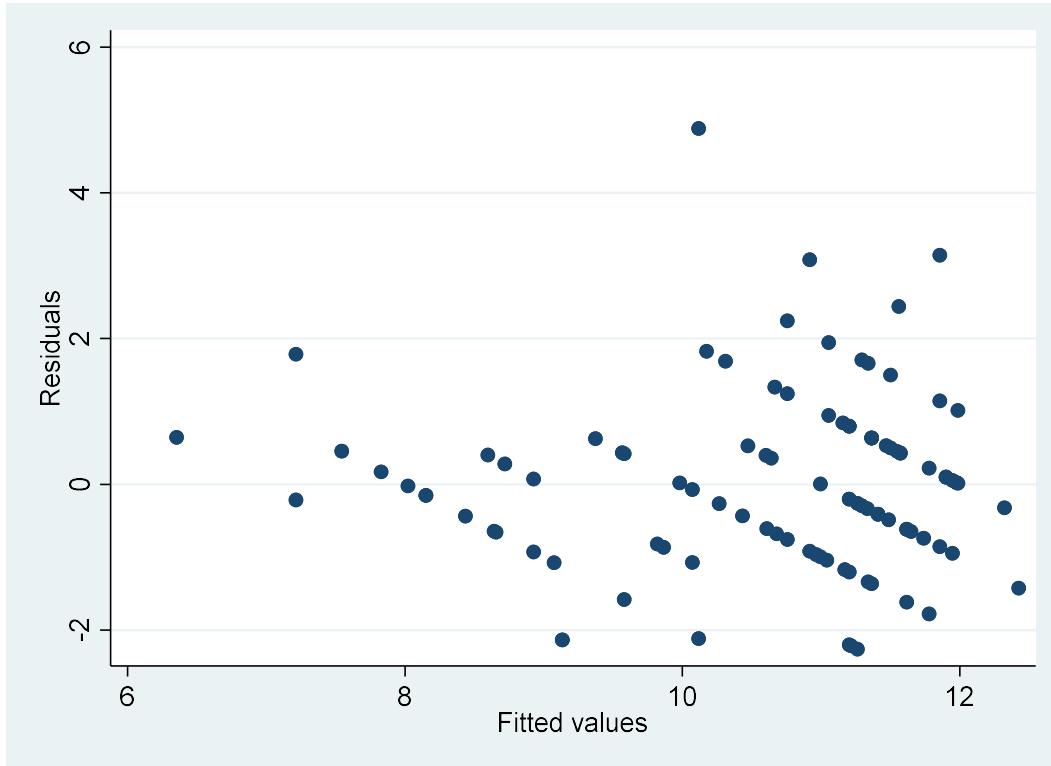
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas pelayanan(X1)	0.6880	Reliabel
Pengajuan pembiayaan (X2)	0.7455	Reliabel
Promosi (X3)	0.7240	Reliabel
Pembiayaan (Y)	0.6252	Reliabel



VIF

<i>Variabel</i>	VIF	1/VIF
<i>Kualitas Pelayanan</i>	1.02	0.982578
Kemudahan Pengajuan	1.02	0.982870
Promosi	1.00	0.996326
Mean VIF	1.01	



Source	SS	df	MS	Number of obs	=	100
Model	168.70069	3	56.2335635	F(3, 96)	=	36.16
Residual	149.29931	96	1.55520114	Prob > F	=	0.0000
Total	318	99	3.21212121	R-squared	=	0.5305
				Adj R-squared	=	0.5158
				Root MSE	=	1.2471

y	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
x1	.4458595	.0625433	7.13	0.000	.3217121	.5700069
x2	.2071032	.1025207	2.02	0.046	.0036011	.4106052
x3	-.4913488	.0722532	-6.80	0.000	-.6347702	-.3479274
_cons	7.6409	1.587862	4.81	0.000	4.489019	10.79278