

Pengaruh Promosi dan Tingkat Rasio Bunga terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada KSP Chandsra Sedana Asri di Gianyar

I Wayan Saktya Murti⁽¹⁾
Putu Yudy Wijaya⁽²⁾
Komang Ary Pratiwi⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Serta Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
E-mail: saktyamurti@gmail.com

ABSTRACT

Savings and loan cooperatives are microfinance institutions that provide capital loans to their members. Savings and loan cooperatives are often called KSP and Kospin Jasa. Savings and loan cooperative products are loans/credit. Customer decisions in taking out credit are often influenced by promotions and interest rates. The formulations of the problem and objectiveness in this research is to determinse the influence of promotions and interest rates on credit decisions. This research was carried out at KSP Chandsra Sedana Asri with a sample of 90 respondentss. The datas analysiss techniques useds are the Classic Assumption Test, Multiples Linears Regressions, Determination Coefficient, t Test and F Test. Baseds on the research results, it casn be seen that promotion has a positive and partially significant effecst on credit decisions at KSP Chandsra Sedana Asri, interests ratess has a negative and partially insignificants effects ons credit decisions at KSP Chandsra Sedana Asri, promotions and interesst rates have a partial effecst. Simultaneous decision making credit at KSP Chandsra Sedana Asri. The magnitudes of the influences of the independents variable on repurchase interest is 36.9%.

Keywords: *Decision; Credit; Promotion; Interest Rate*

ABSTRAK

Banyak koperasi simpan pinjam ialah institusi keuangan mikro serta menyediakan modal pinjaman kebagi anggotanya. Koperasi simpan pinjam kerap disebut menggunakan KSP serta Kospin Jasa. Produk koperasi simpan pinjam ialah pinjaman/kredit. Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit seringkali dipengaruhi oleh promosi serta tingkat rasio bunga. Rumusan masalah serta tujuan dalam riset ini buat memahami pengaruh promosi serta tingkat rasio bunga kebagi keputusan pengambilan kredit. Pennelitian ini dijalankan bagi KSP.Chandsra Sedana Asri dengan sampel serta dipakai sebanyak 90 respondens. Teknik analissis data serta dipakai ialah Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Bergandsa, Koefisien Determinasi, Uji t serta Uji F. Mengacu bagi hasil riset dapat dilihat sebab Promosi berdampak positif serta signifikkan secara parsiiial kebagi keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri. Tingkat rasio bunga berdampak negatif serta belum signifikkan secara parsiiial kebagi keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri, Promosi serta tingkat rasio bunga berdampak secara simultan kebagi keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri. Besarnya pengaruh variabel bebas kebagi minat beli ulang ialah 36,9%.

Kata Kunci: *Keputusan; Kredit; Promosi; Rasio Bunga*

Pendahuluan

Keputusan pengambilan kredit ialah sebuah proses keputusan seseorang atas perusahaan pemohon kredit. Proses pengambilan keputusan kredit ialah evaluasi menyeluruh terhadap kelengkapan dan kecocokan dokumen-dokumen serta informasi serta diajukan oleh calon peminjam, serta dijalankan sebelum keputusan akhir diberikan untuk menyetujui atau menolak permohonan kredit (Djohan & Sapto, 2020). Keputusan untuk mengajukan kredit diambil oleh individu atau kelompok dalam masyarakat dengan tujuan untuk mengatasi tantangan ekonomi. Salah satu dari tujuan tersebut adalah untuk mendukung perkembangan atau perluasan bisnis, serta untuk memperoleh modal tambahan bagi usaha mereka. Ada beberapa hal serta mempengaruhi keputusan pengambilan kredit, salah satunya ialah promosi.

Sesuai dengan (Dan et al., 2023), promosi adalah suatu tindakan serta bertujuan untuk mengkomunikasikan markah-markah produk kepada pelanggan dan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian. Promosi ialah elemen penting serta dapat memengaruhi keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum memiliki pengetahuan atau pemahaman tentang produk serta ditawarkan oleh perusahaan, beserta manfaat serta dapat diraih darinya, kemungkinan besar mereka belum akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Kata (Pratama et al., 2022) , promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan dan memperkenalkan produk kepada pasar target. Promosi merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dan merujuk pada teknik-teknik untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk. Sementara itu, menurut (Achmadi & Khristiana, 2020) , promosi didefinisikan sebagai upaya komunikasi untuk menginformasikan kepada calon pelanggan tentang kehadiran produk, serta untuk meyakinkan mereka akan kemampuan dan kepuasan yang dapat diberikan oleh produk tersebut.

Selain promosi tingkat rasio bunga jadi salah satu faktor penting di dalam menentukan keputusan pengambilan kredit. Sesuai dengan menegaskan sebab bunga bank (Djohan & Sapto, 2020) dapat dianggap sebagai imbalan itu diterima atas bank untuk mengacu bagi kaidah kompensional kepada nasabah serta membeli ataupun menjual produknya. Sesertagkan (Tika et al., 2023) menyimpulkan sebab rasio bunga ialah bunga serta dinyatakan sebagai persentasi dari modal. Sesuai dengan (Achmadi & Khristiana, 2020) menyimpulkan sebab dalam aktivitas perbankan sehari-hari ada 2 jenis bunga serta dikasih kepada nasabahnya, yaitu :

1. Bunga Simpanan

Bunga ialah insentif atau imbalan yang dikasih kepada nasabah sebagai insentif atas menandatangani uang di bank. Bunga simpanan ialah biaya yang mesti dibayarkan ke nasabah atas layanan yang diberikan, seperti bunga tabungan, deposito, serta layanan jasa giro.

2. Bunga Pinjaman

Bunga ialah imbalan yang dikasih kepada peminjam oleh bank atau biaya yang mesti dibayar oleh nasabah kepada bank. Sebagai contoh, bunga kredit adalah biaya yang mesti dibayar berkat peminjam kepada bank. Baik bunga peminjaman maupun bunga simpanan ialah elemen inti dalam menentukan biaya serta pendapatan bagi bank. Bunga simpanan ialah biaya yang mesti dikeluarkan oleh bank.

Hasil riset serta dijalankan oleh Vargo Christian(2020), Wulansari serta Sukaris (2021), Febiola, Gusteti, serta Ermawati (2022), Bunga et al.(2022), Indah Rahmasari (2022), Cahyadi serta Diatmika (2021), serta Koswara et al. (2021) menegaskan sebab Promosi serta tingkat rasio bunga berdampak kebagi keputusan pengambilan kredit. Mengacu bagi teori serta hasil riset maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Promosi berdampak positif serta signifikan terhadap pengambilan kredit bagi KSP Chandra Sedana Asri di Gianyar.

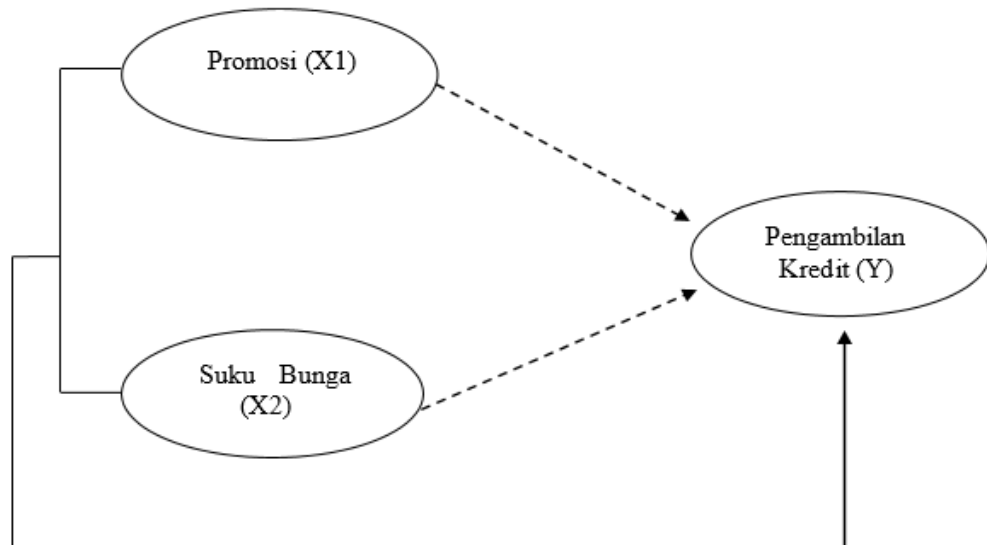
H2 : Rasio Bunga berdampak positif serta signifikan terhadap pengambilan kredit bagi KSP Chandra Sedana Asri di Gianyar.

H3 : Promosi serta rasio bunga berdampak positif serta signifikan secara simultan terhadap pengambilan kredit bagi KSP Chandra Sedana Asri di Gianyar.

Metode Penelitian

Promosi (X1), Rasio Bunga (X2) kebagi Pengambilan Kredit (Y) ditentukan melalui metodologi kuantitatif. Riset ini menggunakan metode survei, serta mengambil sample dari jumlah populasi. Selain itu, riset ini memakai kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kerangka riset ini ialah.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Hasil Penellitian serta Pembahasan

Hasil riset menunjukkan bahwa instrumen serta diuji bagi variabel Promosi (X1), Rasio Bunga (X2) kebagi Pengambilan Kredit (Y) dianggap valid karena memiliki markah signifikan kurang dari 0,05 serta dianggap dapat diandalkan. Markah Cronbach Alpha serta melebihi 0,30 menunjukan hal ini. Oleh karena itu, semua alat dianggap dapat diandalkan.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	3.31337439
	Absolute	0.077
Most Extreme Differences	Positive	0.067
	Negative	-0.077
Test Statistic		0.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Lampiran 6

Mengacu bagi nilai Asymp. Sig. (2-tailed) memperoleh markah 0,200, dapat disimpulkan bahwa model tersebut memenuhi asumsi normalitas, serta menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	X1	0.661	1.512
	X2	0.661	1.512

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran 6

Sesuai dengan Tabel 2, Belum ada multikolinearitas dalam model regresi serta dibuat; hasil uji menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki markah toleransi lebih dari 0,10.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.299	2.003		0.649	0.518
	X1	0.031	0.079	0.041	0.386	0.700
	X2	0.037	0.064	0.062	0.582	0.562

a. Dependent Variable: Absolute_residual

Sumber : Lampiran 6

Sesuai dengan Tabel 2, Belum ada multikolinearitas dalam model regresi serta dibuat; hasil uji menunjukkan bahwa variable bebas memiliki markah toleransi lebih dari 0,10. Dinyatakan bahwa setiap model memiliki skor signifikansi yang lebih tinggi dari 0,05. Ini memperlihatkan bahwa dalam model regresi ini, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Analisis Regresi Linear Bergandsa

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.723	3.44		2.536	0.013
	X1	0.966	0.136	0.605	7.101	0.000
	X2	-0.079	0.110	-0.062	-0.724	0.471

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Kredit

Sumber : Lampiran 7

$$Y = 8.723 + 0,966X1 + (-0,079)X2 + e$$

1. Pengaruh Promosi kebagi Keputusan Pengambilan Kredit Bagi KSP Chandsra Sedana Asri

Dari hasil riset diketahui asertaya pengaruh positif promosi kebagi keputusan pengambilan kredit. Hal ini tervalidasi dengan markah thitung $\alpha = 7.101$ dibandingkan dengan markah ttabel $\alpha = 1,987$ serta markah signfikansi $\alpha = 0,000$ dengan markah $\alpha = 0,05$, maka ternyata markah thitung lebih besar dari markah ttabel, serta markah sig lebih kecil dari α , sehingga berada bagi daerah penolakan H0. Sehingga hipotesis serta menegaskan sebab promosi (X1) berdampak positif serta signifikan kebagi keputusan pengambilan kredit (Y) teruji kebenarannya. Hal ini berarti semakin baik promosi serta dijalankan KSP Chandsra Sedana Asri maka akan meningkatkan tingkat pengambilan kredit di KSP Chandsra Sedana Asri.

2. Pengaruh Tingkat Rasio Bunga kebagi Keputusan Pengambilan Kredit Bagi KSP Chandsra Sedana Asri

Dari hasil riset diketahui asertaya pengaruh negatif rasio bunga kebagi keputusan pengambilan kredit . Hal ini tervalidasi dengan markah thitung $\alpha = -0,724$ dibandingkan dengan markah ttabel $\alpha = 1,987$ serta markah signfikansi $\alpha = 0,471$ dengan markah $\alpha = 0,05$, maka ternyata markah thitung lebih kecil dari markah ttabel, serta markah sig lebih besar dari α , sehingga berada bagi daerah penolakan H0. Sehingga hipotesis serta menegaskan sebab

tingkat rasio bunga (X2) berdampak positif serta signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit (Y) terbukti kebenarannya. Hal ini berarti semakin meningkat tingkat rasio bunga maka tingkat pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri akan semakin menurun.

3. Pengaruh Promosi serta Tingkat Rasio Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Bagi KSP Chandsra Sedana Asri

Dari hasil riset diketahui asertaya pengaruh secara simultan variable Pengaruh promosi (X1) serta tingkat rasio bunga (X2) terhadap keputusan pengambilan kredit (Y) bagi KSP Chandsra Sedana Asri. Hal ini tervalidasi dengan markah Fhitung sebesar 25.491 serta diraih markah signifikansi $\alpha = 0.000$ dengan markah $\alpha = 0,05$, sehingga jika dibandingkan markah Fhitung lebih besar dari Ftabel serta markah signifikansi lebih kecil dari markah α , sehingga berada bagi daerah penolakan H_0 . Sehingga hipotesis serta menegaskan sebab promosi (X1) serta tingkat rasio bunga (X2) berdampak terhadap keputusan pengambilan kredit (Y) terbukti kebenarannya. Hal ini berarti semakin baik promosi serta dijalankan serta semakin rendah tingkat rasio bunga maka akan meningkatkan keputusan pengambilan kredit di KSP Chandsra Sedana Asri

Simpulan

Mengacu bagi hasil riset maka diraih kesimpulan sebagai berikut, (1) Promosi berdampak positif serta signifikan secara parsial terhadap keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri. (2) Tingkat rasio bunga berdampak negatif serta belum signifikan secara parsial terhadap keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri. (3) Promosi serta tingkat rasio bunga berdampak secara simultan terhadap keputusan pengambilan kredit bagi KSP Chandsra Sedana Asri.

Mengacu bagi hasil analisis serta telah dijalankan maka saran serta dapat diberikan ialah KSP Chandsra Sedana Asri harus meningkatkan kualitas promosi serta dijalankan agar lebih menarik minat anggota buat bertransaksi. Serta KSP. Chandsra Sedana Asri diharapkan dapat memberikan tingkat rasio bunga serta rendah.

Daftar Pustaka

- Achmadi, D., & Khristiana, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit. *Aktual: Journal of Accounting and Financial*, 5(1), 52–58.
- Dan, P., Terhadap, K., Kota, K., & Provinsi, D. I. (2023). *INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TAHUN 2017-2021 Skripsi Oleh : NOVI QISTINA SALMA NPM : 1951010441 Program Studi : Ekonomi Syariah FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG 1445 H / 2023 M.*
- Djohan, W. H., & Sapto, H. (2020). Diagnosis dan Penatalaksanaan Sialadenitis Bakteri. *JIMKI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kedokteran Indonesia*, 8(2), 136–145. <https://doi.org/10.53366/jimki.v8i2.122>
- Pratama, R. A., Rahayu, S., & Yamalay, F. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Variabel Intervening Kepuasan Wisatawan Danau Shuji di Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(3), 119–128. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i3.862>
- Tika, Y. M., Astuti, L., & Susanto, P. (2023). The Effect Of Marketing Communication Strategy Big Sale Shopee On Purchasing Decision Of Students Of The University Of Ratu Samban. *Journal of Social ...*, 2(2), 75–80. <https://journal.bengkuluinstitute.com/index.php/JoSSH/article/view/241%0Ahttps://journal.bengkuluinstitute.com/index.php/JoSSH/article/download/241/225>