

## **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM PENGAJUAN PINJAMAN KUR PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UPC BUGIS SUMBAWA BESAR TAHUN 2023**

**Ema Sahrita<sup>1</sup> Rozzy Aprirachman<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Ekonomi Pembangunan, FEB, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

*Corresponding author.* [rozzy.aprirachman@uts.ac.id](mailto:rozzy.aprirachman@uts.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan masyarakat dalam pengajuan pinjaman KUR pada PT.Pegadaian (Persero) Upc Bugis Sumbawa Besar tahun 2023. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 87 responden dengan sampel sebanyak 46 responden. Dalam penelitian ini menggunakan metode *three box methods* dengan melakukan deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan adalah berupa kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berkategori sedang dengan nilai rata-rata 36,26%. Untuk variabel prosedur juga berkategori sedang dengan nilai rata-rata yang dimiliki sebesar 34,96%. Variabel lokasi berkategori sedang dengan nilai rata-rata sebesar 35,5%. Untuk variabel keputusan Masyarakat berkategori sedang dengan nilai rata-rata sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam setiap keputusan dipandu oleh pertimbangan yang matang dengan memperhitungkan keuntungan dan kerugian dalam pemilihan promosi, prosedur, maupun lokasi. Sehingga Masyarakat lebih cenderung mempertimbangkan baik sisi positif maupun negatifnya, yang pada akhirnya mempengaruhi usaha atau bisnis secara keseluruhan.

**Kata kunci;**Promosi; Prosedur; Lokasi; Keputusan Masyarakat.

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the factors that influence people's decisions in applying for KUR loans at PT Pegadaian (Persero) Upc Bugis Sumbawa Besar in 2023. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study was 87 respondents with a sample of 46 respondents. In this research, the three box method was used by describing each research variable. The data collection methods used are questionnaires and documentation. The results of this research show that the promotion variable is in the medium category with an average value of 36.26%. The procedure variable is also in the medium category with an average value of 34.96%. The location variable is in the medium category with an average value of 35.5%. The Community Decision variable is in the medium category with an average value of 37%. This shows that every decision is guided by careful consideration by taking into account the advantages and disadvantages in selecting promotions, procedures and locations. So that people are more likely to consider both the positive and negative sides, which ultimately affects the business as a whole.*

**Keywords:** Promotion; Procedure; Convenience; Location; Community Decision.

## 1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan merupakan sebuah lembaga perantara yang menghimpun dana-dana yang diperlukan bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Salah satu contohnya adalah pegadaian. Berdasarkan Pasal 1150 KUH Perdata tentang pegadaian menyatakan bahwa, “Gadai ialah suatu hak yang didapatkan oleh seseorang yang berhutang terhadap barang bergerak yang diserahkan oleh debitur atau kuasanya, dan diberikan oleh orang itu.” Otorisasi untuk menerima barang setelah pembayaran. Dengan mengeluarkan biaya untuk mengawetkan benda tersebut setelah digadaikan harus didahulukan. Saat ini terdapat banyak berdiri instansi keuangan seperti bank maupun nonbank serta berfungsi menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan, termasuk Lembaga Keuangan Syariah Pegadain yang merupakan lembaga keuangan non syariah (Burhanuddin, 2010).

Fenomena yang terjadi di Sumbawa saat ini adalah hampir semua penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Namun ada yang bekerja sebagai wirausaha dalam mencukupi kebutuhan hidupnya. Mereka menganggap bahwa sektor pertanian merupakan sektor yang dianggap paling mudah untuk dikerjakan, namun disisi lain terdapat banyak hambatan yang di hadapi oleh para petani salah satu contoh yang mereka hadapi adalah kendala pada saat menggeolah sistem keuangan. Kesulitan para petani dalam mengelolah sistem keuangan dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pemahaman terkait dengan literasi keuangan, adanya fluktuasi pendapatan serta akses yang terbatas terhadap layanan keuangan. Oleh karena itu perlu adanya pendampingan keuangan yaitu dengan cara memfasilitasi akses petani terhadap pendampingan keuangan agar dapat membantu mereka merencanakan pengelolaan keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang agar nantinya bisa mendapatkan kemudahan.

Dalam hal ini pegadaian merupakan suatu hal yang baik, karena tujuan perusahaan adalah membantu masyarakat yang membutuhkan baik uang maupun sumber daya lainnya agar lebih mudah memperolehnya dengan ikut serta dalam Pegadaian. Tujuan utama penjualan adalah untuk meningkatkan kepercayaan pembeli dalam menggunakan jasa penjualan yang disediakan oleh perusahaan. Produk-produk yang dijual oleh bagian penjualan memiliki ciri-ciri yang serupa, seperti tidak memerlukan sistem pembayaran dalam berbagai bentuk karena adanya penyimpangan, dan memperlakukan uang sebagai instrumen perdagangan daripada sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan dengan memberikan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional untuk biaya pemeliharaan barang gadai, adalah keuntungan dari biaya jasa simpan barang. Penawaran ini didasarkan dari nilai barang bukan dari kuantitas pinjaman (Hadijah, 2015).

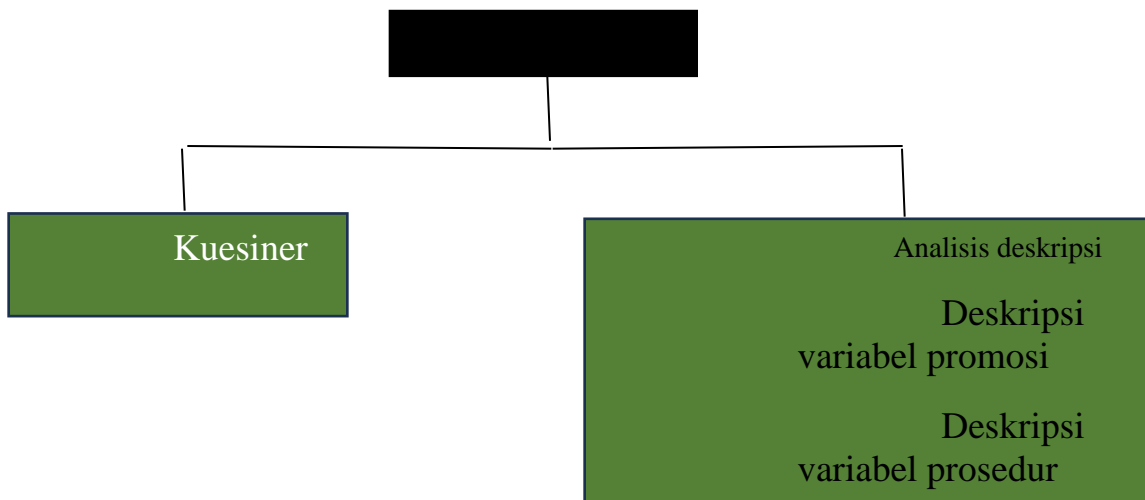
Seringkali, dalam mengatasi penolakan nasabah dalam hal membeli produk Pegadaian, kebutuhan masyarakat sering kali menuntut pengiriman uang yang cepat dan transaksi yang lebih efisien. Menurut Reshita (2015), promo adalah suatu jenis komunikasi antara vendor dengan pelanggan yang bertujuan untuk mengedukasi dan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli suatu produk dengan menggunakan jasa yang ditawarkan. Selanjutnya, faktor lain yang mungkin mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk menggunakan layanan Pegadaian Syariah adalah lokasi. Menurut Kotler (2009), tempat mengacu pada setiap item yang menyarankan berbagai aktivitas bisnis untuk menciptakan produk yang mudah dibeli oleh masyarakat yang selalu ada bagi mereka. Ketika beroperasi di lingkungan bisnis dengan sumber daya terbatas, Faktor terpenting dalam pemilihan lokasi adalah bisnis yang diluncurkan harus mampu berkembang secara menguntungkan.

**2. METODOLOGI**

Penelitian ini berlokasi di daerah Kabupaten Sumbawa, waktu penelitian dari tanggal 29 November sampai dengan 11 Desember 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif yang merupakan salah satu cara untuk menanyakan hubungan antara dua variabel bahkan lebih. Yaitu variabel independent dan variabel dependen (Sugiyono.2015). data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primelr adalah sulmbelr data yang langsung melmbelrikan data kelpada pelngulmpull data (Sulgiyono, 2019). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dan dokumentasi.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Sumbawa yang sudah melakukan melakukan pinjaman kredit kepada PT. Pegadaian UPC Bugis Sumbawa Besar tahun 2023. Penelitian ini memilih masyarakat sebagai populasi karena peran mereka sebagai pengguna pinjaman kredit. Jumlah populasi diketahui sebanyak 87 individu. Random sampling adalah metode pengambilan sampel secara acak dari populasi. jumlah sampel yang dihitung berdasarkan rumus slovin yaitu sebanyak 46 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode threebox methods dengan nilai indeks mulai dari rendah, sedang, serta tinggi, dengan menggunakan teknik analisis deskripsi tentang semua varaibel yang digunakan.

Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah anslisis kuantitatif. Proses penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain:



**Gambar 1.** Gambar tahapan dalam Analisis Data

Sumber: Ferdinan (2014)

**2.1. Waktu dan Tempat**

Waktu dalam penelitian ini dimulai dari tanggal 29 November sampai dengan tanggal 11 Desember tahun 2023. Sedangkan untuk tempat penelitian yang peneliti lakukan adalah berlokasi di PT Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Cabang Bugis yang beralamat di Jl. Hasanuddin No. 48 Sumbawa, Nusa Tenggara Barat (NTB).

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: menentukan pengaruh promosi, prosedur, kemudahan, serta lokasi terhadap keputusan masyarakat dalam pengajuan pinjaman KUR pada pegadaian UPC Bugis Sumbawa Besar. Sehingga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen dan

variabel independent. Kemudian apakah semua variabel independent berpengaruh secara Bersama-sama terhadap Keputusan Masyarakat (dependen).

**Tabel 1. Deskripsi variabel promosi**

Pertanyaan	Skor				Total	Indeks (%)	Kategori
	1	2	3	4			
Apakah promosi penjualan berpengaruh dalam membawa keuntungan bagi masyarakat yang ingin mengajukan pinjaman Kedit Usha Rakyat (KUR) pada PT. Pegadaian	0	0	34	12	46	37,5	Sedang
	0	0	102	48	150		
Hubungan antar masyarakat dengan Lembaga keuangan merupakan hal yang penting dalam mengakses dan memperoleh kredit	0	3	30	13	46	37	Sedang
	0	6	90	52	148		
Saya selalu mencari informasi tentang promosi produk yang ditawarkan baik secara langsung ataupun tidak. Guna mengetahui promosi apa saja yang Ditawarkan	0	7	25	14	46	36,25	Sedang
	0	14	75	56	145		
Iklan terkait produk yang ditawarkan melalui media sosial atau media cetak misalnya brosur	1	2	33	10	46	35,75	Sedang
	0	4	99	40	143		
<b>Jumlah</b>						<b>146,5</b>	<b>Sedang</b>
<b>Rata-rata</b>						<b>36,625</b>	

**Tabel 2. Deskripsi variabel prosedur**

Pertanyaan	Skor				Total	Indeks (%)	Kategori
	1	2	3	4			
Mekanisme dalam mengajukan pinjaman sangat mudah disiapkan oleh masyarakat	0	0	35	11	46	37,25	Sedang
	0	0	105	44	149		
Persyaratan dan mekanisme yang mudah dan proses yang cepat	0	0	32	14	46	38	Sedang
	0	0	96	56	152		
Persyaratan yang berkualitas sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengajukan pinjaman kredit	0	0	33	13	46	37,5	Sedang
	0	0	99	52	151		
Apakah dilakukan pembiayaan pada saat melakukan pendaftaran dalam mengajukan pinjaman kredit	17	29	0	0	46	18,5	Rendah
	17	58	0	0	75		
Kemudahan dalam memperoleh informasi sangat diperlukan oleh masyarakat	0	0	30	16	46	38,5	Sedang
	0	0	90	64	154		
Apakah dengan adanya ketersediaan informasi dan teknologi sangat membantu anda dalam melakukan proses pengajuan Pinjaman	0	1	35	10	46	36,75	Sedang
	0	2	105	40	147		

Masyarakat selalu mengedepankan kenyamanan dalam melakukan transaksi Pinjaman	0	0	33	13	46	37,75	Sedang
	0	0	99	52	151	<b>244,75</b>	<b>Sedang</b>
<b>Jumlah</b>							
<b>Rata-Rata</b>						<b>34,96</b>	

Berdasarkan pada tabel 2 diatas bahwa diketahui nilai dari rata-rata untuk variabel prosedur adalah sebesar 34,96 dan termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukan bahwa variabel prosedur belum sepenuhnya membuat Masyarakat untuk terus mengikuti semua Langkah-langkah ataupun persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator pertanyaan kelima yaitu sebesar 38,5. Hal ini berarti menunjukan bahwa kemudahan dalam memperoleh informasi sangat diperlukan oleh Masyarakat dalam melakukan pengajuan pinjaman kredit. Namun disisi lain ada juga yang membuat Masyarakat sulit untuk mendapatkan pinjaman yaitu persyaratan yang rumit serta adanya pembiayaan yang membuat Masyarakat berfikir untuk mengajukan pinjaman.

**Tabel 3. Deskripsi Vraibel Lokasi**

Pertanyaan	Skor				Total	Indeks (%)	Kategori
	1	2	3	4			
akses lokasi mudah dijangkau oleh masyarakat	0	0	30	16	46	38,5	Sedang
	0	0	90	64	154		
lokasi dekat dengan pusat keramaian dan mudah dijangkau fasilitas umum (pasar, terminal, dll)	0	4	32	10	46	36	Sedang
	0	8	96	40	144		
Apakah dekat atau tidaknya lokasi berpengaruh dalam mempermudah anda mendapatkan pinjaman kredit serta memperoleh produk yang ditawarkan dari perusahaan tersebut	2	12	26	6	46	32	Sedang
	2	24	78	24	128		
<b>Jumlah</b>						<b>106,5</b>	<b>Sedang</b>
<b>Rata-rata</b>						<b>35,5</b>	

**Tabel 4. Deskripsi Variabel Keputusan Masyarakat**

Pertanyaan	Skor				Total	Indeks (%)	Kategori
	1	2	3	4			
Apakah penilaian terhadap kinerja karyawan menjadi pertimbangan untuk melakukan pengajuan pinjaman kredit	0	0	34	12	46	37,5	Sedang
	0	0	102	48	150		
Apakah karyawan mampu memberikan informasi yang baik sesuai yang diinginkan oleh masyarakat	0	0	37	9	46	36,5	Sedang
	0	0	111	36	147		
<b>Jumlah</b>						<b>74</b>	<b>Sedang</b>
<b>Rata-rata</b>						<b>37</b>	

Adapun pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

- a. Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 1, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata untuk variabel promosi adalah 36,25, menunjukkan bahwa promosi berada dalam kategori sedang. Hal ini

mengindikasikan bahwa meskipun variabel promosi telah ada, kepuasan responden belum sepenuhnya tercapai, dan masih terdapat keinginan yang belum dapat dipenuhi secara maksimal. Oleh karena itu, diharapkan agar rutin diadakan promosi terkait produk atau jasa layanan yang tersedia di PT. Pegadaian Upc Bugis Sumbawa Besar. Selanjutnya, indeks tertinggi tercatat pada indikator pertanyaan pertama dengan nilai 37,5. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat menganggap promosi memiliki peran penting dalam memberikan keuntungan bagi mereka.

- b. Berdasarkan pada tabel 2 di atas diketahui nilai dari rata-rata untuk variabel prosedur adalah sebesar 34,96 dan termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa variabel prosedur belum sepenuhnya membuat Masyarakat untuk terus mengikuti semua Langkah-langkah ataupun persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator pertanyaan kelima yaitu sebesar 38,5. Hal ini berarti menunjukkan bahwa kemudahan dalam memperoleh informasi sangat diperlukan oleh Masyarakat dalam melakukan pengajuan pinjaman kredit. Namun disisi lain ada juga yang membuat Masyarakat sulit untuk mendapatkan pinjaman yaitu persyaratan yang rumit serta adanya pembiayaan yang membuat Masyarakat berfikir untuk mengajukan pinjaman.
- c. Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari variabel lokasi adalah sebesar 35,5 dan termasuk dalam kategori sedang yang artinya bahwa Masyarakat mempertimbangkan dari segi lokasi atau tempat mereka melakukan pengajuan pinjaman. Sehingga dekat atau tidaknya suatu lokasi membuat Masyarakat tetap untuk terus melakukan pinjaman guna untuk keperluan hidup khususnya bagi keberlangsungan usaha yang dibangun.
- d. Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari variabel Keputusan Masyarakat adalah sebesar 37 dan dapat dikatakan termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pertimbangan yang matang serta keseimbangan dalam pengambilan Keputusan, misalnya mereka dapat mempertimbangkan keuntungan, kerugian yang dialami nantinya serta kinerja para karyawan. Sehingga Masyarakat lebih cenderung mempertimbangkan sisi positif maupun negatifnya.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, prosedur, serta lokasi terhadap variabel Keputusan Masyarakat adalah antara lain sebagai berikut:

- 1) Deskripsi tentang variabel promosi terhadap Keputusan Masyarakat adalah dapat dikategorikan sedang, yang artinya variabel promosi menunjukkan adanya keseimbangan antara keuntungan dan resiko yang didapatkan dari pengajuan pinjaman kredit usaha rakyat yang dilakukan pada PT. Pegadaian Bugis Sumbawa Besar.
- 2) Deskripsi tentang variabel prosedur terhadap Keputusan Masyarakat dalam melakukan pengajuan pinjaman dapat dikategorikan sedang. Yang artinya menunjukkan bahwa prosedur belum sepenuhnya membuat Masyarakat untuk terus mengikuti semua Langkah-langkah ataupun persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa adanya keseimbangan antara adanya kemauan Masyarakat dalam memenuhi semua prosedur atau persyaratan yang telah ditentukan pada saat melakukan pinjaman.
- 3) Deskripsi tentang variabel lokasi terhadap Keputusan Masyarakat dalam pengajuan pinjaman kredit dapat dikategorikan sedang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya keseimbangan dari segi lokasi atau tempat mereka melakukan pengajuan pinjaman. Sehingga dekat atau tidaknya suatu lokasi membuat Masyarakat tetap untuk terus melakukan pinjaman guna untuk keperluan hidup khususnya bagi keberlangsungan usaha yang dibangun.

- 4) Deskripsi tentang Keputusan Masyarakat dalam pengajuan pinjaman kredit usaha rakyat dapat dikategorikan sedang, yang artinya menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari variabel Keputusan Masyarakat adalah sebesar 37 dan dapat dikatakan termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pertimbangan yang matang serta keseimbangan dalam pengambilan Keputusan, misalnya mereka dapat mempertimbangkan keuntungan, kerugian yang dialami nantinya serta kinerja para karyawan. Sehingga Masyarakat lebih cenderung mempertimbangkan sisi positif maupun negatifnya yang nantinya akan berdampak pada usaha atau bisnis yang mereka rintis.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Amini, A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh)*. Banda Aceh.
- ANZAL. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu*. Luwu: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 90-107.
- Ikhsan, N., Fadilla, & Choirunnisak. (2022, September ). Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang). *Indo Global Mandiri*, 2, 351-376.
- Lase, I. P., & Duha, M. M. (2023, Juni). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Melakukan Simpan Pinjam Di Koperasi Cu Faomasi Teluk Dalam. *JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal)*, 6, 225-237.
- Pristiyono. (2015, Juni). Pengaruh Proses Pemberian Kredit Terhadap Minat Nasabah Pada PT Bank Mandiri(Persero) Tbk Kantor Cabang Komplek Tasbi Medan. *Jurnal Ecobisma*, 2, 1-9.
- Ruhaniah, N., Tanjung, H., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Implementasi Syariah terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah. *El-Mal*, 5, 60-70.
- SIREGAR, I. M. (2020). *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng"*. Banda Aceh.
- Veronica, A., Fasa, M. I., & Suharto. (2021, Juli). Faktor- Faktor Yang Minat Nasabah Terhadap Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, III, 44- 58.
- Fajri, N. (2018). *"Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh"*. Banda Aceh.
- Giovani. (2023). *Strategi Promosi Produk Kredit Usaha Rakyat Pada PT. Pegadaian Syariah Batu Sangkar*. BatuSangkar.
- RISYA, S. K. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas Pegadaian ((Studi Pada Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung)*. Lampung.

Muntasir. (2016, November). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Cikarang. *JURNAL LENTERA AKUNTANSI*, Vol. 2 No. 2, 61-79.

Agusman, F., & Marta, J. (2023, Maret). Analisis Peluang Kredit Lancar Studi Kasus: PT. Pegadaian. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, Vol 5, nomor 1, , 79-88.

Setianingsih, F. A., Ety, E., & Supriyadi, E. (2019, APRIL ). PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS NASABAH (STRUDI KASUS PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK DI WILAYAH DEPOK). *JIMEA-JURNAL INOVASI MANAJEMEN EKONOMI DAN AKUNTASI*, VOL 1 NO 1, 198-214.