

Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kredit Mikro : Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Hubungannya dengan Kesetiaan

Oleh : Khusnul Ashar
Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya

ABSTRAK

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 menjangkit 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.

ABSTRACT

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.

PENDAHULUAN

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).

Namun demikian, program kredit mikro tidak selalu menunjukkan keberhasilan baik dari sisi pencapaian sasaran program maupun dari segi kelangsungan hidup lembaganya. 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).

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).

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 kesetiaan 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 kesetiaan nasabah merupakan sebuah upaya yang penting dan strategis. Dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan 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.

Batasan Masalah.

Bagi LKM, faktor kepuasan dan kesetiaan 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.

Untuk itu perlu dilakukan 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.

Tujuan Penelitian.

Dari batasan 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 kesetiaan nasabah terhadap kedisiplinan membayar angsuran

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan dan Kesetiaan Konsumen

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 dfinisi 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 kosekwensi 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 Cristopher 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 mengkonsumsi suatu jasa, konsumen telah mempunyai standar tertentu yang menjadi ekspektasi atau harapannya. Dengan membandingkan 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.

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 konsumen 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*).

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 (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurances*), empati (*empathy*) dan wujud (*tangible*).

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 McAlexander et al tahun 1994 untuk kasus rumah sakit.

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.

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 Gronoos maupun terhadap model SERVQUAL atau juga disebut oleh Brady dan Cronin sebagai model Amerika yang dirintis oleh Parasuraman et al.

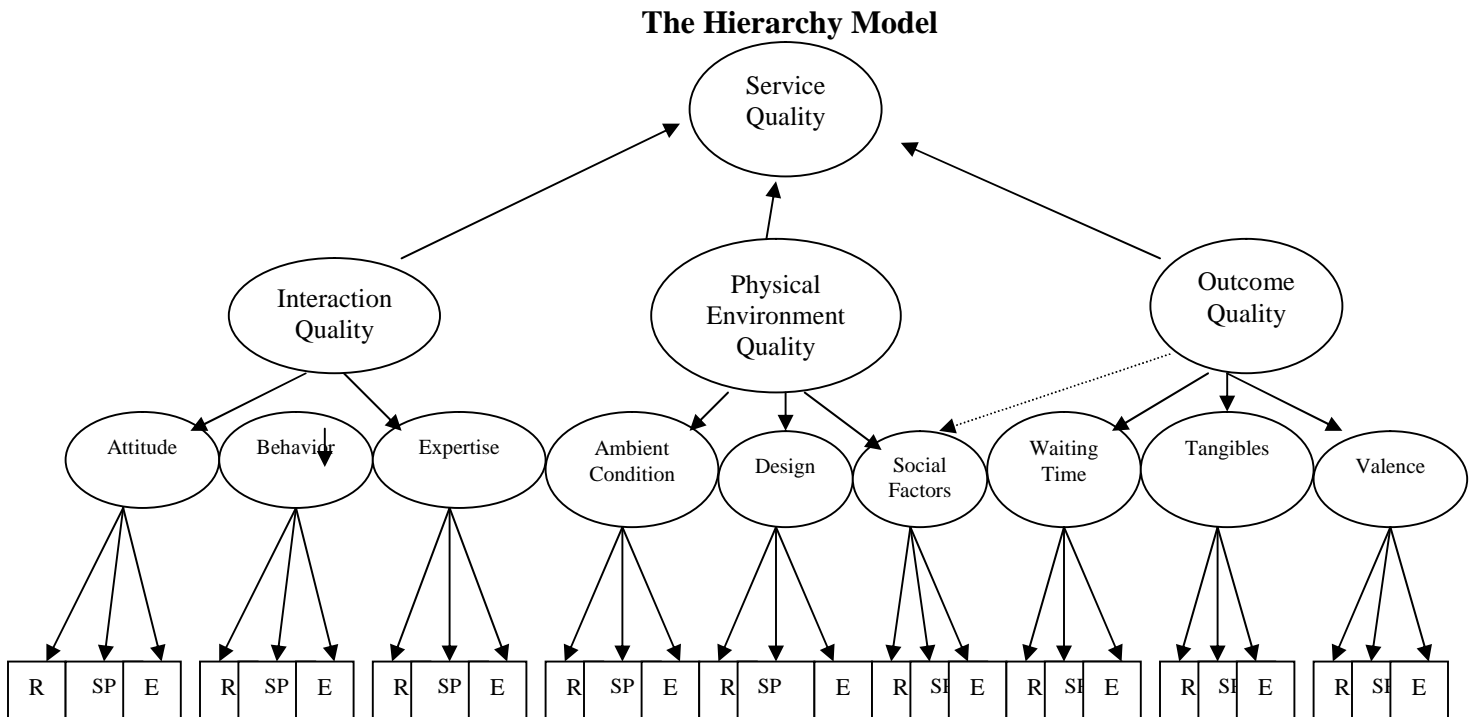
Menyoroti model SERVQUAL, Brady dan Cronin sepaham dengan model Multilevelnya Dabholkar et al dan berkeyakinan bahwa 5 dimensi dalam model tersebut (*Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurances, Tangibles*) bukan merupakan determinan langsung terhadap kepuasan konsumen/kualitas jasa, tetapi merupakan 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 sumbdimensi 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 :



Note : R = a reliability item; SP = a responsiveness item; E = an empathy item

Sumber : Brady dan Cronin, 2001

METODE PENELITIAN

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.

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 hortikultura/sayur-mayur dan buah-buahan

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.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

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

1. Variabel Endogen

1.1 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)

1.2 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)

2 . Variabel Eksogen

2.1 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. Sejauh mana jumlah dana pinjaman dalam mencukupi kebutuhan nasabah (X1)
- b. Sejauh mana efektivitas dana pinjaman (X2)

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

2.2 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.

2.3 Empati jasa kredit

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

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

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

2.4 Kehandalan petugas

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

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

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

2.5 Daya tanggap petugas

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

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

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

2.6 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 :

- a. Derajat keakrabannya dengan nasabah (X13)

- b. Tingkat keramahan terhadap nasabah (X14)
- c. Minat membantu nasabah (X15)
- d. 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.

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*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis 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 1 dibawah ini

Tabel 1
Hasil Analisis SEM

| Variabel Terikat | Variabel Bebas | Estimate | SE | CR | P | Keterangan |
|--------------------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| Kesetiaan nasabah | Kehandalan JK | 0,251 | 0,140 | 1,799 | 0,072 | Signifikan |
| Kesetiaan nasabah | Daya Tanggap JK | - 0,005 | 0,019 | - 0,287 | 0,774 | Non signifkn |
| Kesetiaan nasabah | Empati JK | 0,079 | 0,040 | 1,967 | 0,049 | Signifikan |
| Kesetiaan nasabah | Kehandalan Ptgs | 0,078 | 0,038 | 2,077 | 0,038 | Signifikan |
| Kesetiaan nasabah | Daya Tanggap Ptgs | - 0,006 | 0,040 | - 0,162 | 0,871 | Non signifkn |
| Kesetiaan nasabah | Empati Ptgs | - 0,010 | 0,009 | - 1,118 | 0,264 | Non signifkn |
| Disiplin angsuran | Kesetiaan nasabah | - 0,055 | 0,043 | - 1,269 | 0,204 | Non signifkn |

Sumber :Data primer diolah

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) .

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).

Pembahasan.

Pengaruh Kehandalan Jasa Kredit Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel kehandalan jasa kredit mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah. 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). 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 2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada umumnya penilaian nasabah LKM atas indikator jumlah kredit adalah *simple confirmation*.

Tabel 2
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 3).

Tabel 3
 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

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 yang memperkirakan 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 4).

Tabel 4
 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

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 menyatakan beban angsuran sedang dan 61,8 persen merasa waktu/frekwensi angsuran longgar (tabel 5; tabel 6; tabel 7; dan tabel 8)

Tabel 5
 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 6
 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 7
 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 8
 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

Pengaruh Kehandalan Petugas Terhadap Kesetiaan Nasabah

Variabel kehandalan petugas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Hal ini sesuai dengan yang diprediksikan 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 kehandalan 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. Dengan demikian hasil analisis 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 9).

Tabel 9
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 10).

Tabel 10
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 11).

Tabel 11
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

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 (Tabel12).

Tabel 12
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 13).

Tabel 13
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, besar kemungkinan terjadinya *overlap* atas indikator kecepatan memproses realisasi kredit pada dengan indikator kemampuan memproses administrasi realisasi kredit pada.

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.

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.

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.

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)(tabel14).

Tabel 14
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 15)

Tabel 15
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 16).

Tabel 16
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 17).

Tabel 17
 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 |
| Pernah 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

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.

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

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.
2. 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.

Daftar Pustaka

- 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.
- Brady, Michael K. dan J. Joseph Cronin Jr (2001), " Some New Thought on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach", Journal of Marketing, July
- Christien, Robert Peck (1989), Discussion Paper Series, Cambridge
- Cooper, Donald dan William Emory (1997), Metode Penelitian Bisnis, Edisi kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Gronroos, C (1982), Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Helsinki, Finland : Swedish school of Economic and Business Administration
- Kotler, Philip (2003), Marketing Management, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 07458
- Ledgerwood, Joana (1999), Sustainable Banking With The Poor : Microfinance Handbook, An Institutional and Financial Perspective, The World Bank, Washington D.C.
- Lovelock, Christopher (2001), Services Marketing : People, Technology, Strategy, Prentice Hall International, Inc.
- 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
- Reichheld dan Sasser (1990), " Zero Defection ", dalam Services Marketing, People, Technology, Strategy, oleh Christopher Lovelock, Prentice Hall International, Inc, 2001.
- 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
- 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