

ANALISIS KREDIT USAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN USAHA PEDAGANG DI PASAR BENTENG KOTA AMBON

Mozes Tomasila

Dosen Fakultas Ekonomi
Universitas Kristen Indonesia Maluku

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the micro credit to enhance the business success of traders in the market fortress. This research is a descriptive study to describe the characteristics of the funding policy in the form of micro loans in order to increase the success of business in the market Fortress. The results showed that, of the results of statistical tests performed where the results of the t test on micro credit variables have a positive effect on the success of the business, where the value of the regression coefficient for the variable micro loans is 0.108 and p-value = 0.046 at a significance level of α 0, 05, then the regression coefficients are significant because the p-value 0.046 < 0.05. Based on the test results above it can be concluded that, micro loans significantly influence the success of the business.*

Keywords: *microenterprise loans , business success*

PENDAHULUAN

Usaha menengah kecil dan mikro (UMKM) di Indonesia telah menunjukkan peran yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi baik dalam lingkup nasional maupun daerah. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang terus meningkat dan bahkan mampu menjadi penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis di dalam struktur perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah populasi UMKM mencapai 53,82 juta unit atau 99,99% dari total unit usaha. Jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 99,4 juta orang atau 97,22% dari total angkatan kerja yang bekerja dengan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp3.466,39 triliun atau 57,12% terhadap total PDB. Kontribusi UMKM dalam ekspor mencapai Rp175,89 triliun atau 15,81% dari total ekspor nonmigas nasional sebesar Rp1.112,71 triliun. (Badan Pusat Statistik, 2012)

Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan dan peran UMKM tersebut masih bisa terus ditingkatkan, tidak saja karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai kejutan ekonomi, tetapi juga kemampuannya yang besar dalam menyediakan lapangan kerja, serta mengatasi kemiskinan. Pengembangan UMKM masih dilanda berbagai

hambatan dan tantangan dalam menghadapi dinamika lingkungan dunia usaha yang semakin ketat persaingan. Hambatan dan rintangan yang dihadapi para pengusaha UMKM, dalam meningkatkan kemampuan usaha salah satunya yaitu kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya.

Permodalan merupakan salah satu faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Hasil kajian Firdaus (2012), menyimpulkan bahwa dalam memulai sebuah usaha berdagang, salah satu hal paling penting yang dibutuhkan adalah modal. Modal yang dimiliki guna menjalankan usaha serta pengelolaan modal yang baik berpotensi memperoleh keberhasilan usaha. Menurut Ashari (2006) permasalahan-permasalahan yang biasanya dihadapi oleh Usaha kecil mikro (UKM) meliputi kurangnya permodalan, sumber daya manusia yang terbatas dan lemahnya jaringan. Kurangnya permodalan dalam usaha mikro, karena pada umumnya usaha mikro merupakan usaha perorangan, yang mengandalkan modal dari pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sehingga untuk memenuhi operasional usaha, relatif tidak cukup. Penambahan modal dalam bentuk pinjaman kredit merupakan solusi bagi pelaku usaha mikro dalam menjalankan usaha dan untuk membiayai operasional usaha.

Kemampuan usaha mikro, dalam mengakumulasi modal dari laba yang disisihkan, cenderung sangat lemah, artinya dari hasil usaha atau hasil penjualan relatif minim sehingga laba yang disisihkan secara khusus sangat terbatas. Kondisi ini, menjustifikasi sumber permodalan internal sangat terbatas, konsekuensinya usaha mikro cenderung mengandalkan sumber permodalan secara eksternal yaitu modal pinjaman dari pihak luar, walaupun beban atas modal eksternal tersebut relatif berat.

Sumber permodalan eksternal secara operasional merupakan modal pinjaman kredit atau modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan, baik dari bank maupun lembaga keuangan lainnya. Tambahan modal melalui modal pinjaman kredit, dapat membantu pelaku usaha mikro dalam membiayai operasional usaha, dan penggunaan modal pinjaman kredit dapat menimbulkan motivasi yang tinggi oleh pelaku usaha mikro untuk meningkatkan usahanya, hal ini disebabkan adanya beban untuk mengembalikan pinjaman modal kredit (Kasmir, 2006:91).

Penggunaan modal pinjaman Kredit harus ditunjang dengan pengelolaan modal pinjaman kredit tersebut, karena berhasil dan tidaknya usaha, tergantung pengelolaan modal yang tersedia. Pengelolaan modal pinjaman kredit yang baik, dapat meningkatkan nilai tambah, sehingga dapat mendorong keberhasilan usaha khususnya mencapai keuntungan/laba usaha yang maksimal.

Pedagang di pasar Benteng adalah salah satu kelompok pelaku usaha mikro, aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang, pada dasarnya sama dengan pasar-pasar tradisional lainnya. Pedagang menjual barang dagangannya dan melayani pembeli. Transaksi jual beli yang dilakukan di pasar benteng, tidak lepas dari tawar menawar antara pedagang dengan pembeli, agar mendapatkan kesepakatan harga. Penawaran harga yang dilakukan oleh pembeli adalah untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga murah, upaya pedagang juga dalam mempertahankan harga barang karena keinginan untuk mendapatkan laba dari hasil penjualan barang dagang. Barang dagang yang diperjualkan oleh pedagang di pasar benteng bermacam-macam, antara lain : menjual barang-barang sembako, sayur-sayuran, buah-buahan,

umbi–umbian, dan berbagai ikan yang dapat dikonsumsi serta makanan–makanan yang siap saji. Pedagang di pasar Benteng juga menjual berbagai pakaian bekas, sandal, sepatu, dan asesoris wanita. Aktivitas penjualan barang dagangan yang dilakukan oleh pedagang berkisar jam 06:30 sampai jam 13:00 WIT namun terkadang para pedagang menjual barang dagangannya atas jam 13:00 WIT, hal ini disebabkan oleh barang dagangan yang belum terjual habis.

Setiap usaha yang dilakukan oleh pedagang, pada dasarnya ingin mendapatkan keberhasilan usaha. Usaha yang dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan satu satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan usaha, tetapi karena laba merupakan tujuan dari pedagang yang melakukan usaha, karena apabila terjadi penurunan atau ketidakstabilan laba maka, akan mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha. Laba yang didapatkan digunakan dalam perputaran modal usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan operasional usaha.

Kondisi pasar yang tidak menentu, membuat para pedagang terkadang mendapatkan laba/keuntungan yang bervariasi dari hasil penjualan barang dagangannya, terkadang juga mengalami kerugian karena barang dagang tidak habis terjual. Kondisi ini menyebabkan modal operasional untuk membeli barang dagang terkadang cenderung berkurang karena penerimaan yang didapatkan tidak sebanding dengan pengeluaran yang telah dikeluarkan pedagang guna membeli barang dagangan. Modal yang dimiliki oleh pedagang relatif tidak cukup, keterbatasan modal tersebut, sehingga para pedagang mengambil kebijakan untuk melakukan pinjaman modal usaha/pinjaman kredit. Kebijakan kredit merupakan kebutuhan logis yang didasarkan pada ketidakmampuan untuk mengakumulasi sumber internal, adanya dukungan tambahan modal usaha diharapkan mampu untuk memperlancar usaha sehingga dapat mencapai keberhasilan usaha.

Observasi yang penulis lakukan terhadap 40 pedagang yang menerapkan kebijakan pinjaman modal dalam mengembangkan usahanya, akses untuk pengambilan kredit yang dilakukan yaitu pada Bank dan Koperasi. Jumlah pengambilan modal pinjaman kredit sesuai dengan jumlah modal yang diperlukan. Peminjaman modal kredit pada Bank berkisar Rp. 7.000.000,- sampai Rp. 50.000.000, dan jangka waktu pelunasan, satu sampai dua tahun, sedangkan peminjaman pada Koperasi berkisar Rp. 500.000,- sampai Rp. 2.500.000,- sedangkan jangka waktu pelunasan yaitu satu bulan sampai dua bulan. Proses pelunasan melalui setoran harian, mingguan dan bulanan. Adanya penambahan modal melalui pinjaman kredit, diharapkan dapat meningkatkan usaha pedagang dengan mengelola pinjaman kredit secara efisien dan efektif untuk menghasilkan laba/keuntungan usaha. Kenyataannya penambahan modal yang didapatkan dari modal pinjaman kredit, bagi pedagang digunakan untuk keperluan pengembangan usaha ada pula digunakan untuk kebutuhan konsumtif dan keperluan lain, yang dapat berdampak pada kelancaran usaha dan atau ketidaklancaran usaha, sehingga berpengaruh pula pada pencapaian keberhasilan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah, apakah kredit usaha mikro meningkatkan keberhasilan usaha pada pedagang di pasar Benteng. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk

menganalisis kredit usaha mikro guna meningkatkan keberhasilan usaha pada pedagang di pasar Benteng Kota Ambon.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Gunawan (2012) membuktikan bahwa terdapat korelasi antara variabel pemberian bantuan modal usaha dengan keberhasilan usaha mikro. Penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi bantuan modal usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha mikro. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa, pemberian bantuan modal usaha menunjang keberhasilan usaha mikro. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara pemberian bantuan modal usaha terhadap keberhasilan usaha mikro. Bantuan modal usaha dalam bentuk kredit usaha digunakan untuk membentuk modal kerja, pada prinsipnya kebijakan kredit ditempuh didasarkan pada keterbatasan modal dari pelaku usaha mikro, dan melalui tambahan modal kerja, pelaku usaha mikro dapat mengelolanya dengan baik sehingga mencapai keberhasilan usaha.

Berdasarkan hasil kajian-kajian empiris, terbukti bahwa berbagai faktor mempengaruhi keberhasilan usaha. Hasil kajian Makhdalena (2009) membuktikan bahwa volume usaha dan biaya usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Kopkar di Kota Batam. Hasil kajian Daulay dan Ramadini (2012) membuktikan bahwa keberhasilan usaha foto copy dan alat tulis kantor dipengaruhi oleh efikasi diri dan motivasi. Kajian yang dilakukan Lestari (2012) membuktikan bahwa jiwa kewirausahaan dan kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha, hasil kajian ini membuktikan bahwa kreativitas memiliki pengaruh dominan dalam keberhasilan usaha.

Hasil kajian empiris tersebut, belum secara khusus mengkaji penggunaan pendanaan eksternal melalui kredit usaha mikro terhadap keberhasilan usaha pedagang pasar. Pada prinsipnya, pedagang di pasar benteng sangat menginginkan keadaan atau kegiatan usaha yang lebih baik dari sebelumnya, hal tersebut tergambar dari modal usaha yang optimum, volume penjualan yang lebih tinggi dan jumlah pelanggan yang semakin banyak.

Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Kredit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah kredit yang diberikan/disalurkan untuk usaha produktif dengan kategori usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dengan sektor usaha baik dibidang Industri, perdagangan dan jasa. Menurut Galeri Info Bank Indonesia mengenai definisi Usaha Mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan WNI, secara individu atau tergabung dalam koperasi dan memiliki hasil penjualan secara individu paling banyak Rp 100 juta per tahun.

Pengajuan kredit, maksimal plafond yang dapat diberikan menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 23 Januari 2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil yakni hanya Rp. 50 juta rupiah. Selanjutnya mengenai

definisi Usaha Kecil menurut pemaparan dalam Gerai Info Bank Indonesia yakni kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria: (1). Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200 Juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (2). Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1 Miliar per tahun (3). Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar (4). Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi sebagaimana disebutkan pada UU No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil. (Sumber: <http://belajarkredit.blogspot.com/2009/12/kredit-usaha-mikrokecil-dan-menengah.html>).

Keberhasila Usaha

Keberhasilan usaha menurut suryana (2003:285) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Menurut Noor (2007:397) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21) keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/ sekelasnya. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha, tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan laba atau ketidak stabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoprasikan kegiatan usahanya dan menjaga kertahanan usahanya. Menurut suryani (2003:85), indikator keberhasilan usaha sebagai berikut: (1). Modal (2). Pendapatan (3). Volume penjualan (4). Jumlah pelanggan.

METODE

Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini merupakan studi deskriptif untuk menjelaskan karakteristik kebijakan pendanaan dalam bentuk kredit usaha mikro guna meningkatkan keberhasilan usaha di pasar Benteng. Tipe hubungan antar variabel dalam penelitian ini, yakni asosiasi antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Pendekatan analisis dalam penelitian ini merupakan kajian kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah unit analisis individu, yakni individu pedagang. Horizon waktu dalam penelitian merupakan studi *cross-section* yakni penelitian studi satu tahap.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yakni keseluruhan pedagang di pasar benteng, yang menerapkan kebijakan pendanaan dalam bentuk kredit usaha mikro yang berjumlah 40 orang. Keseluruhan elemen populasi beraktivitas pada satu wilayah dan pada saat pengambilan data penulis dapat menjangkau keseluruhan elemen populasi, maka dalam penelitian ini, tidak dilakukan pengambilan sampel atau menggunakan teknik sensus artinya keseluruhan elemen populasi dijadikan unit analisis.

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel yakni variabel independen yaitu kredit usaha mikro (X) dan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y). definisi operasional dari kedua variabel ini yaitu : (1). kredit usaha mikro (X). Kredit Usaha Mikro, menurut Galeri Info Bank Indonesia adalah kredit yang diberikan/dialurkan untuk usaha produktif dengan kategori usaha mikro, dengan sektor usaha baik dibidang Industri, perdagangan dan jasa (2). Keberhasilan usaha (Y). Keberhasilan usaha menurut Suryana (2003:285) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Indikator keberhasilan usaha sebagai berikut: (a). Modal Kerja (b). Pendapatan (c). Volume penjualan (d). Jumlah pelanggan.

Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan memadai, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Benteng dan wawancara

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana yaitu untuk melihat pengaruh variabel independen (kredit usaha mikro) terhadap variabel dependen (keberhasilan usaha). Analisis Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan variabel dependen. (Sugitono, 2007:270). Dengan bentuk persamaannya yaitu : $Y = a + bX + e$

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat (keberhasilan usaha)
- X = Variabel bebas (kredit usaha mikro)
- a = intersep
- b = koefisien regresi/slop
- e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Objek Penelitian Dan Karakter Responden

Pasar benteng adalah salah satu pasar tradisional di kota ambon, pasar benteng tepatnya terletak di benteng jalan gudang arang. Awal mulanya terbentuknya pasar benteng yaitu pada tahun 1999, dimulai dari kerusuhan yang terjadi di kota ambon, kerusuhan tersebut sangat berdampak besar bagi masyarakat kota ambon, bukanya hanya sebelum kerusuhan, masyarakat melakukan kegiatan transaksi jual beli di pasar lama, yang sekarang sudah dinamai pasar mardika, karena kerusuhan tersebut maka masyarakat tidak dapat lagi pergi ke pasar lama untuk membeli dan menjual berbagai kebutuhan barang dagang

Mengenai karakteristik responden yang mengambil kebijakan kredit dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1
Responden Menurut Kelompok Umur

No	Kategori umur	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	30 - 39 Tahun	6	15
2.	40 - 49 Tahun	15	37,5
3.	50 Tahun Ke Atas	19	47,5
Jumlah		40	100

Sumber : data diolah

Berdasarkan data tabel 1 di atas dilihat bahwa responden yang berumur 30-39 tahun sebanyak 6 orang atau 15 %, dan responden yang berumur 40-49 tahun sebanyak 15 orang atau 37,5%, sedangkan responden yang berumur 50 tahun ke atas sebanyak 19 orang atau 47,5%. Dari data responden di atas, maka dapat dikatakan bahwa jumlah responden yang terbanyak mengambil kredit usaha adalah responden yang berumur 50 tahun ke atas sedangkan responden yang sedikit mengambil kredit usaha adalah responden yang berumur 30-39 tahun.

Tabel 2
Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Kategori umur	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	1	2,5
2.	Perempuan	39	97,5
Jumlah		40	100

Sumber :data diolah

Dari data tabel 2 di atas terlihat bahwa responden yang berjenis perempuan lebih banyak untuk mengambil kredit usaha yaitu sebanyak 39 orang atau 97,5 % sedangkan responden yang berjenis laki-laki hanya sedikit yaitu 1 orang atau 12,5%.

Tabel 3
Ressponden Menurut Jenis Kelamin

No	Kategori umur	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	SD/Sederajat	15	37,5
2.	SMP/Sederajat	9	22,5
3.	SMA/Sederajat	16	40
4.	S1/Sederajat	-	
Jumlah		40	100

Sumber : data diolah

Dari data tabel 3 di atas terlihat bahwa responden yang terbanyak mengambil kredit usaha adalah responden yang tingkat pendidikannya pada SMA/Sederajat yaitu sebanyak 16 orang atau 40% sedangkan responden yang sedikit mengambil kredit usaha adalah responden yang tingkat pendidikannya pada SMP/Sederajat yaitu sebanyak 9 orang atau 22,5%.

Tabel 4
Frekuensi responden berdasarkan Jumlah Kredit

No	Jumlah Kredit (Rp)	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	< 5.000.000	24	60,0
2.	$>5.000.000 \leq 25.000.000$	14	35,0
3.	$>25.000.000 \leq 50.000.000$	-	-
4.	$> 50.000.000$	2	5,0
Jumlah		40	100

Sumber :data diolah

Dari data tabel 4 di atas terlihat bahwa responden yang terbanyak mengambil kredit usaha dibawah Rp.5.000.000,- adalah sebanyak 24 orang atau 60% sedangkan responden yang paling sedikit mengambil kredit usaha di atas Rp.50.000.000,- yaitu sebanyak 2 orang atau 5,0%.

Tabel 5
Responden Menurut Jumlah Modal

No	Jumlah Modal (Rp)	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	< 5.000.000	5	12,5
2.	$\geq 5.000.000 < 25.000.000$	32	80,0
3.	$\geq 25.000.000 < 50.000.000$	1	2,5
4.	$\geq 50.000.000$	2	5,0
Jumlah		40	100

Sumber : data diolah

Dari data tabel 5 di atas terlihat bahwa responden yang terbanyak menggunakan modal antara Rp.5.000.000,- sampai Rp.25.000.000 yaitu sebanyak 32 orang atau 80% sedangkan responden yang paling sedikit menggunakan modal antara Rp.25.000.000,- sampai Rp.50.000.000,- yaitu sebanyak 1 orang atau 2,5%.

Tabel 6
Responden Menurut Pendapatan

No	Pendapatan (Rp)	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1.	< 5.000.000	5	12,5
2.	$\geq 5.000.000 < 25.000.000$	34	85,0
3.	$\geq 25.000.000 < 50.000.000$	-	-
4.	$\geq 50.000.000$	1	2,5
Jumlah		40	100

Sumber : data diolah

Dari data tabel 6 di atas terlihat bahwa responden yang jumlah pendapatan terbanyak adalah antara Rp. 5.000.000,- sampai Rp. 25.000.000,- yaitu sebanyak 34 orang atau 85 % sedangkan responden yang paling sedikit jumlah pendapatan adalah di atas Rp. 50.000.000,- yaitu sebanyak 1 orang atau 2,5 %.

Tabel 7
Responden Menurut Jumlah Pelanggan

No	Jumlah pelanggan (orang)	Frekuensi (F)	Presentase (%)
----	--------------------------	------------------	-------------------

1.	< 100	2	5,0
2.	$\geq 100 < 150$	10	25,0
3.	$\geq 150 < 200$	14	35,0
4.	≥ 200	14	35,0
Jumlah		40	100

Sumber : data diolah

Dari data tabel 7 di atas terlihat bahwa responden yang jumlah pelanggannya terbanyak adalah antara 150 sampai lebih dari 200 yaitu sebanyak 28 orang atau 70% sedangkan responden yang paling sedikit jumlah pelanggan di bawah 100 orang yaitu sebanyak 2 orang atau 5,0%.

Analisis Regresi

Analisis regresi untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan seberapa jauh pengaruh dari kredit usaha mikro terhadap keberhasilan usaha. Hasil perhitungan SPSS versi 17 yang kemudian dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 8
Hasil Perhitungan Regresi dan Korelasi

Variabel Independen	Symbol Variabel	Koefisien Regresi	r dan r ²	t-hitung	Signifikan
Kredit Usaha Mikro	X	0,108	0,854 dan 0,731	2,280	0,046
Konstanta (koefisien intercept) = 468,301					
Adjusted r ² = 0,700					
T – tabel $\alpha = 5\%$ = 1,697					

Sumber : data diolah

Hasil analisis regresi linier sederhana dengan variabel terikat keberhasilan usaha dan variabel bebas kredit usaha mikro menghasilkan *intercept* adalah sebesar 468,301 dan koefisien regresi atau $b = 0,108$. Dengan hasil tersebut dapat dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut: $Y = 468,301 + 0,108X$.

Intercept bernilai 468,301 dapat diinterpretasikan bahwa jika variabel bebasnya bernilai nol, maka besarnya keberhasilan usaha adalah sama dengan nilai *intercept* tersebut, yakni 468,301. Penjelasan mengenai koefisien regresi untuk kredit usaha mikro sebesar 0,108 artinya bahwa kredit usaha mikro mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Dalam hal ini, jika variabel kredit usaha mikro meningkat satu persen, dengan asumsi variabel lainnya konstan (*ceteris paribus*), maka nilai keberhasilan usaha akan naik sebesar 10,8 persen. Sebaliknya jika variabel kredit usaha mikro turun satu persen, maka keberhasilan usaha akan turun sebesar 10,8 persen.

Pada bagian model summary seperti terlihat pada tabel 8, nilai r² sebesar 0,731. Hal ini menunjukkan bahwa 73,1 persen perubahan keberhasilan usaha dapat dijelaskan

oleh variabel kredit usaha mikro, sedangkan sisanya ($100\% - 73,1\% = 26,9\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Sebab-sebab lain yang perlu mendapat perhatian diantaranya adalah efikasi diri dan motivasi, jiwa kewirausahaan dan kreativitas

Dari uji statistik t terlihat bahwa besarnya nilai koefisien regresi untuk variabel kredit usaha mikro adalah 0,108 dan nilai-p = 0,046 pada tingkat signifikansi α 0,05 maka koefisien regresi tersebut signifikan (tidak dapat diabaikan) karena nilai p 0,046 < 0,05. Berdasarkan hasil pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa, kredit usaha mikro berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya diatas, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat disampaikan sebagai berikut: (1) Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kredit usaha mikro dengan keberhasilan usaha, dimana koefisien regresi untuk variabel kredit usaha mikro adalah 0,108 dan nilai-p = 0,046 pada tingkat signifikansi α 0,05 maka koefisien regresi tersebut signifikan (tidak dapat diabaikan) karena nilai p 0,046 < 0,05. Berdasarkan hasil pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa, kredit usaha mikro berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. (2) Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 73,1% yang menunjukkan bahwa variabel bebas yang dipergunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi keberhasilan usaha sedangkan sisanya 26,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Sebab-sebab lain diantaranya seperti efikasi diri dan motivasi, jiwa kewirausahaan dan kreativitas.

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah: (1) Pelaku usaha pada pasar benteng perlu memanfaatkan kredit usaha mikro secara optimal dalam rangka meningkatkan penghasilan, (2) Pelaku usaha pada pasar benteng harus mempunyai jiwa kewirausahaan dan kreativitas serta perlu memotivasi diri dalam rangka mencapai keberhasilan usaha, (3) Bagi penelitian selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel antara lain efikasi diri dan motivasi, jiwa kewirausahaan dan kreativitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Jurnal Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industry Rajutan Binong Jati Bandung
- Kasmir, 2008, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kasmir, 2006, *Kewirausahaan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kasmir, 2011, *Manajemen Perbankan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Linggau Bendi dan Hamidah, 2010, *Bisnis Kredit Mikro*, Papas Sinar Sinanti, Jakarta

- Melayu .S.P.H, 2008, *Dasar –Dasar Perbankan* , PT Bumi Aksara , Jakarta
- M.Bahsan, 2007,*Hukum Jaminan Dan Jaminan Kredit Perbankan Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada,Jakarta
- Riduwan, 2008,*Variable-Variabel Penelitian* ,Alfabeta,Bandung
- Sawaldjo Puspoprano, 2004,*Keuangan Perbankan Dan Pasar Keuangan*,Pustaka-LP3ES Indonesia
- Sugiyono, 2008,*Metode Penelitian Bisnis*,Alfabeta,Bandung
- Sugiyono, 2011, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Suyanto Thomas, 1995, *Dasar-Dasar Perkreditan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Yasabari Nasroen dan Nina Kurnia Dewi, 2007, *Penjaminan Kredit Mengantar UKMK mengases pembiayaan*, PT Alumni, Bandung