



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMINJAMAN MODAL USAHA
(STUDI PADA PT ESTA DANA VENTURA KANTOR
CABANG PEMBANTU PURWSARI)**

Eka Nurlita

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Peminjaman Modal Usaha pada PT Esta Dana Ventura Kantor Cabang Pembantu (KCP) Purwasari. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Simple Random Sampling dengan jumlah sampel 103 responden dari populasi sebanyak 139 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Scale Range Analysis dan Path Analysis dengan bantuan Methode Successive Interval (MSI). Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan hasil dan kesimpulan yaitu: Citra Perusahaan PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari berada pada kriteria baik, Kepercayaan Nasabah PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari berada pada kriteria cukup, Keputusan Peminjaman Modal Usaha di PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari saat ini pada kriteria baik. Terdapat korelasi antara Citra Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah, terdapat pengaruh parsial antara Citra Perusahaan terhadap Keputusan Peminjaman Modal Usaha pada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari dan antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Peminjaman Modal Usaha pada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari dan Terdapat pengaruh simultan Citra Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Peminjaman Modal Usaha pada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Peran dan Pertumbuhan sektor UMKM di dalam perekonomian nasional perlu terus dikembangkan, bukan hanya karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai terpaan masalah ekonomi namun juga kemampuannya yang lebih baik dalam menyerap tenaga kerja dan memperbaiki masalah kemiskinan. Untuk mendukung perkembangan UMKM di masa depan, jelas memerlukan penguatan pembiayaan, khususnya dari lembaga penyediaan atau pembiayaan modal usaha. Pembiayaan adalah penyediaan dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank untuk mengembangkan dan memperkuat permodalan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia sudah sangat menjamur, termasuk di kabupaten Karawang. Masyarakatnya, selain menjadi karyawan pabrik, sebagian besar memilih untuk membuka usaha kecil hingga menengah. Oleh karena itu, persaingan mereka di sektor UMKM menjadi semakin ketat, untuk mengembangkan usaha mereka, tentunya dibutuhkan modal yang bertujuan untuk memajukan usaha mereka. Disinilah perbankan maupun Lembaga pembiayaan non bank berperan penting dalam membantu pengembangan UMKM, khususnya dalam masalah peminjaman modal usaha.

Dari uraian permasalahan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Peminjaman Modal Usaha (Studi Pada PT Esta Dana Ventura Kantor Cabang Pembantu (KCP) Purwasari”**

METODE PENELITIAN

Jenis, Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun pada suatu peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2014). Sedangkan metode verifikatif menurut Umi Narimawati (2011:29), adalah metode pengujian hipotesis penelitian melalui alat analisis statistik. Adapun penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2014) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu yang representatif, proses pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian dilaksanakan di PT. Esta Dana Ventura KCP (Kantor Cabang Pembantu) Purwasari yang beralamat di Dusun Dapur Areng, Desa Cengkong, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan (Maret 2018 – September 2018).

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Pada penelitian ini sampel yang dipilih dari populasi, dipilih berdasarkan rumus Slovin, sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan tingkat kesalahan 5%. Dikarenakan jumlah populasi yang besar maka peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua populasi yang ada,

dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Berikut adalah metode penentuan sampel dari populasi yang dikembangkan oleh Slovin, untuk tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot (d^2) + 1}$$

Dimana:

n= Ukuran Sampel

d= Galat Pendugaan/
Standar Deviasi

Sumber: Buku Panduan Penyusunan Skripsi, 2018: 28

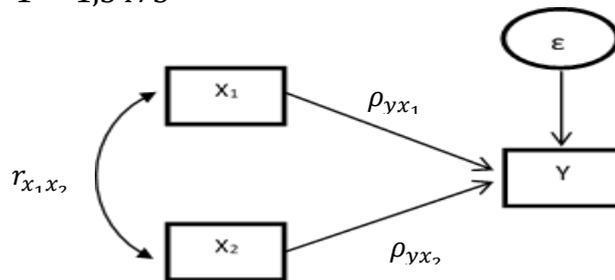
Berdasarkan penjelasan di atas maka, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{139}{139(0,05^2) + 1} = \frac{139}{1,3475} = 103,1$$

Untuk memudahkan perhitungan maka sampel digenapkan menjadi 103.

Berdasarkan perhitungan di atas, data nasabah di PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari rata-rata sebanyak 139 orang setiap bulannya pada periode April 2017 s/d Maret 2018. Dalam penelitian ini tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5%. Maka didapat sampel sebanyak 103 orang. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah PPU (Perusahaan Pasangan Usaha) atau pelanggan PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari yang bersedia menjadi responden.

Berikut adalah rancangan analisis untuk penelitian ini:



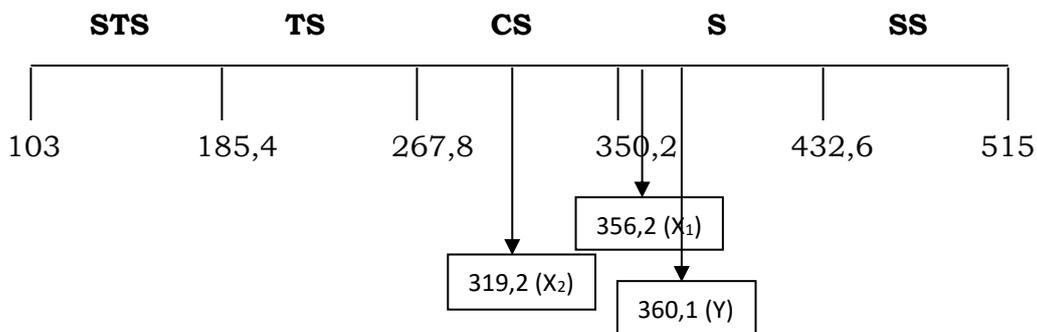
Gambar 1. Rancangan analisis penelitian

Sumber : Sugiyono (2016:44)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif berfungsi untuk menjelaskan setiap variabel pada saat penelitian.



Gambar 2

Garis skala untuk membaca total skor Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata skor indikator citra perusahaan adalah sebesar 356,1 berada pada garis skala antara 350,2 – 432,6 dengan kriteria setuju. Dengan demikian dapat dikatakan responden menilai baik atau positif citra PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari. Kemudian diketahui pula bahwa rata-rata skor indikator citra perusahaan adalah sebesar 319,2 berada pada garis skala antara 267,8 –

350,2 dengan kriteria cukup, yang berarti kepercayaan pelanggan kepada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari masih belum ada di kategori baik. Kemudian untuk rata-rata skor indikator citra perusahaan adalah sebesar 360,1 berada pada garis skala antara 350,2 – 432,6 dengan kriteria setuju, yang dapat diartikan bahwa keputusan pembelian dinilai baik atau positif oleh responden.

Analisis Verifikatif

Tabel 1
Korelasi antara Variabel Bebas

		Correlations	
		Citra Perusahaan	Kepercayaan Pelanggan
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	1	.509**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	103	103
Kepercayaan Pelanggan	Pearson Correlation	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	103	103

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sebagaimana tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel bebas yaitu citra perusahaan (X₁) dan kepercayaan pelanggan (X₂) ialah 0.509. Artinya citra

perusahaan (X₁) dan kepercayaan pelanggan (X₂) memiliki tingkat hubungan yang sedang dan searah.

Analisis Jalur (Path Analysis)

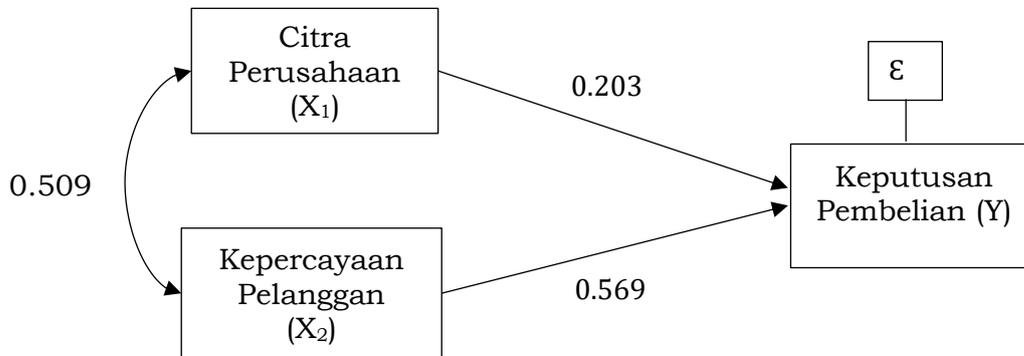
Tabel 2
Koefisien Jalur Variabel X₁ dan Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.494	1.548		1.313	.000
	Citra Perusahaan	.218	.052	.203	3.982	.001
	Kepercayaan Pelanggan	.374	.093	.569	2.793	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berikut adalah gambaran koefisien jalur variabel Citra Perusahaan (X₁) dan Kepercayaan Pelanggan (X₂) terhadap variable Keputusan Pembelian (Y) :



Gambar 3
Koefisien Jalur Variabel Citra Perusahaan (X₁) dan Kepercayaan Pelanggan (X₂) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh Variabel X₁ dan X₂ terhadap Variabel Y

Pengaruh langsung dan tidak langsung secara bersamaan dari

variabel citra perusahaan (X₁) dan kepercayaan pelanggan (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Pengaruh Citra Perusahaan (X₁) dan Kepercayaan Pelanggan (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Sub Total Pengaruh
			X ₁	X ₂	
X ₁	0.203	0.041	0.059	0.100
X ₂	0.569	0.323	0.059	0.382
Total					0.482
Pengaruh Variabel Lain					0.518

Pada tabel di atas, menunjukkan Pengaruh variabel Citra Perusahaan (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0.100 atau 10%, pengaruh variabel kepercayaan pelanggan (X₂)

terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0.382 atau 38.2%, dan pengaruh variabel citra perusahaan (X₁) dan kepercayaan pelanggan (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 0.482 atau 48.2%. Adapun

pengaruh variabel lain diluar model adalah 0.518 atau 51.8%.

Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Parsial

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 3.

Pengaruh Parsial Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian

Struktural	Sig.	α	t hitung	t tabel	Kesimpulan
ρ_{yx_1}	0,001	0,05	3.982	1.660	H ₀ ditolak
ρ_{yx_2}	0,000	0,05	2.793	1.660	H ₀ ditolak

Berdasarkan tabel 3, dapat ditarik kesimpulan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian begitupun dengan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian, karena nilai sig.

(0,000) < α (0,05) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya H₀ ditolak.

Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Simultan

Tabel 4.

Pengaruh Simultan Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian

Struktural	Sig.	α	F hitung	F tabel	Kesimpulan
$\rho_{yx_1x_2}$	0,000	0,05	97.614	3.09	H ₀ ditolak

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai Sig. (0.000) < α (0.05) dan f_{hitung} (97.614) > f_{tabel} (3.09), maka H₀ ditolak. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa antara citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh simultan.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pernyataan kuesioner, Citra Perusahaan PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari sudah dinilai baik oleh pelanggan. Namun masih ada indikator yang harus diperbaiki karena memiliki skor yang paling rendah yaitu indikator Reputasi.
2. Berdasarkan hasil pernyataan kuesioner, Kepercayaan Pelanggan PT Esta Dana Ventura KCP

Purwasari dinilai cukup oleh pelanggan, artinya PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari harus melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggannya.

3. Berdasarkan hasil pernyataan kuesioner, Keputusan Peminjaman modal usaha dari pelanggan kepada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari sudah dinilai baik. Namun masih ada indikator yang harus diperbaiki karena memiliki skor yang paling rendah yaitu indikator Keunggulan Produk.
4. Terdapat korelasi antara citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan sebesar 0.509. Dengan demikian citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan pada PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari mempunyai

- hubungan yang sedang, searah dan nilainya positif.
5. Pengaruh Parsial antara citra perusahaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 10,0%. Sedangkan pengaruh parsial kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 38,2%. Karena 38,2% lebih besar dari 10,0%, maka dapat dinyatakan bahwa kepercayaan pelanggan lebih banyak memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan citra perusahaan.
 6. Pengaruh simultan Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian yaitu 48,2% dan sisanya 51.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SARAN

1. PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari senantiasa mempertahankan keunggulan atau alangkah lebih baik jika ditingkatkan lagi indikator dari variabel citra perusahaan yang mendapatkan kriteria setuju pada indikator keamanan dalam bertransaksi, dapat dipercaya, cepat tanggap, identitas yang baik dan slogan mudah diingat. Skor terendah pada variabel citra perusahaan adalah pada indikator reputasi, sehingga sebaiknya PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari perlu memperbaiki reputasi perusahaannya di mata pelanggan maupun masyarakat agar citra perusahaan mereka bisa lebih baik lagi.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden, mengenai Kepercayaan Pelanggan terdapat butir pernyataan pada indikator variabel yang memperoleh nilai terendah yaitu bertanggung jawab terhadap keluhan. Adapun saran dari peneliti adalah PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari diharapkan dapat memperbaiki hal tersebut. Berdasarkan dari pengalaman peneliti, pelanggan akan lebih *respect* terhadap suatu lembaga yang selalu responsif terhadap keluhan-keluhan pelanggannya, sehingga mereka merasa diperhatikan. Misal dengan melakukan survey setiap bulannya kepada para pelanggan, mengumpulkan kritik dan saran dari mereka untuk kemudian dijadikan bahan evaluasi dan diperbaiki.
3. Berdasarkan hasil tanggapan responden, mengenai Keputusan Pembelian terdapat butir pernyataan pada indikator variabel yang memperoleh kriteria cukup setuju yaitu indikator produk unggul, bermanfaat bagi pelanggan, perusahaan dapat dipercaya dan proses mudah. Adapun saran dari peneliti adalah PT Esta Dana Ventura KCP Purwasari diharapkan lebih meningkatkan kualitas produk dengan menambah pilihan pinjaman modal usaha yang sesuai

dengan kebutuhan dan bisa bermanfaat bagi usaha pelanggan, perusahaan juga harus meningkatkan integrasi dan menanamkan kejujuran kepada seluruh karyawannya serta adanya transparansi yang lebih antara perusahaan dan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih dipercaya oleh pelanggan. Peneliti juga menyarankan agar proses peminjaman modal lebih dipermudah lagi sesuai dengan keinginan pelanggan tanpa harus mengenyampingkan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Sudaryono. 2017. *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Caps Publishing.

Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. E-book.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.