

STUDI MANFAAT YANG DICARI NASABAH UMKM DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PADA LAYANAN KREDIT BANK KONVENSIAL

Anissa Sukmaputri

Rr. Iramani

STIE Perbanas Surabaya

E-mail : anissa.sukmaputri@gmail.com

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

This research tries to review the factors determining the benefit expected by Micro, Small and Medium enterprise bank customers. It also reviews the effect of benefit expected on satisfaction of credit services given by conventional banks. Besides, this study compares some factors expected between micro, small and medium enterprise bank customers. It is based on theory relationship of relational benefit and satisfaction. With the sample of 150 conventional bank customers of Micro, Small and Medium enterprise in Surabaya and cities surround, analysis is done. This analysis is conducted by descriptive analysis, factor, and multiple regressions using SPSS 18. Relational benefits are expected by micro enterprise is that the customer intimacy to contact personnel, and trust over quality, both factors are influencing satisfaction. For small enterprises, relational benefits expected are that customer intimacy to contact personnel and also conformity of services and priority. From these three factors, factors influencing satisfaction is conformity of services and priority. While for medium enterprises relational benefits expected is customer intimacy to contact personnel, additional services and conformity of services. From these three factors, factors influencing satisfaction is additional services and conformity of services.

Key words: *Benefits, Satisfaction, Micro, Small Medium Enterprises and Conventional Bank.*

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha mengkaji faktor-faktor yang menentukan manfaat yang diharapkan oleh nasabah bank pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji efek manfaat yang diharapkan pada kepuasan layanan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Di samping itu, penelitian ini membandingkan beberapa faktor yang diharapkan antara nasabah bank usaha mikro, kecil dan menengah, yang didasarkan pada hubungan teori manfaat relasional dan kepuasan. Sampel terdiri dari 150 nasabah bank konvensional Mikro, Usaha kecil dan Menengah di Surabaya dan sekitarnya. Kemudian dianalisis, dengan analisis deskriptif, faktor, dan regresi berganda dengan SPSS 18. Manfaat relasional diharapkan oleh usaha mikro adalah keintiman pelanggan untuk menghubungi personil, dan kepercayaan atas kualitas, kedua faktor ini mempengaruhi kepuasan. Untuk usaha kecil, manfaat relasional yang diharapkan adalah bahwa keintiman pelanggan untuk menghubungi personil dan juga kesesuaian layanan dan prioritas. Dari ketiga faktor tersebut, faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kesesuaian pelayanan dan prioritas. Sedangkan untuk usaha menengah manfaat relasional diharapkan adalah customer intimacy untuk menghubungi personil, layanan tambahan, dan kesesuaian jasa. Dari ketiga faktor tersebut, faktor yang berpengaruh adalah kepuasan layanan tambahan dan kesesuaian jasa.

Kata Kunci: *Benefits, Satisfaction, Micro, Small Medium Enterprises and Conventional Bank.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam membangun perekonomian dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah jumlah UMKM di Indonesia pada 2011 berkisar antara 55,2 juta unit. Jika setiap UMKM rata-rata menyerap tenaga kerja sebanyak 2-4 orang, berarti UMKM di Indonesia telah menyerap sebanyak 135 juta orang.

Apabila terjadi kenaikan jumlah UMKM pertahun sebesar 2 juta unit saja, maka jumlah tenaga kerja yang mampu diserap UMKM pertahun kurang lebih sebanyak 6 juta orang. Hal ini mencerminkan peran serta UMKM terhadap laju pertumbuhan ekonomi memiliki signifikansi cukup tinggi bagi pemerataan ekonomi Indonesia.

UMKM memiliki kendala berupa pendanaan. Kendala ini sebenarnya dapat difasilitasi oleh pihak perbankan. Namun muncul kendala-kendala lain. Misalnya, UMKM menganggap bank mematok bunga yang terlalu tinggi, akses yang sulit, dan perbankan selektif dengan memilih UMKM yang memiliki manajemen yang baik. Manajemen yang baik tidak dimiliki oleh beberapa UMKM karena masih memiliki manajemen yang tradisional. UMKM juga lemah pengetahuannya mengenai perbankan. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan upaya-upaya meningkatkan hubungan kedua belah pihak. Bank perlu mengetahui manfaat apa yang dicari UMKM dalam mendapatkan layanan kredit perbankan sehingga nantinya akan memberikan kepuasan bagi UMKM.

Pada hakikatnya tujuan bisnis dalam perspektif manajemen pemasaran adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen sebuah bank tidak akan ada gunanya bila hasilnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah ini akan memberikan manfaat diantaranya: terciptanya hubungan antara bank dan nasabah menjadi harmonis,

memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, menciptakan loyalitas nasabah, reputasi yang baik, dan peningkatan laba.

Setiap perbankan berusaha mempertahankan pelanggannya dengan melakukan strategi agar nasabah merasa puas. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka pemasar perlu mengetahui manfaat atau harapan-harapan apa yang diinginkan oleh pelanggannya (Tatik 2008). Penting bagi bank melalui pegawai bank mengetahui manfaat apa yang dicari nasabah UMKM selama mendapatkan layanan kredit dan berhubungan dengan perbankan. Berdasarkan manfaat yang dicari nasabah UMKM, perbankan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah sehingga dapat menciptakan kepuasan. Pelayanan yang baik dihasilkan dari kemampuan berhubungan baik dengan nasabah. Hasil akhir dari hubungan yang baik antara bank dan UMKM sebagai nasabah ini akan membawa UMKM kepada keberhasilan dalam usahanya dan di sisi lain bank sebagai penyalur kredit akan meningkatkan keuntungan jangka panjang sekaligus memenangkan persaingan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Molina, dkk. (2007) mengkaji mengenai *relationship benefits* yang diteliti dapat mempengaruhi kepuasan. Manfaat relational didefinisikan sebagai manfaat yang didapat pelanggan sebagai hubungan jangka panjang dengan penyedia jasa. (Molina, 2007 : 256). Sedangkan Zeithaml (2006:183) mengemukakan bahwa manfaat relasional baru akan dirasakan oleh pelanggan ketika menerima layanan yang memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan apa yang mereka harapkan/dapatkan dari perusahaan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga manfaat tersebut yang berpengaruh pada kepuasan adalah manfaat kepercayaan. Studi lain yang dilakukan oleh Dagger, dkk. (2001) membuktikan bahwa *relationship benefits* yang meliputi manfaat sosial, kepercayaan, perlakuan khusus mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap komitmen dimana manfaat kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan yang lain

Dalam beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut belum mengkaji bagaimana factor manfaat yang dicari nasabah, khususnya UMKM dikaitkan dengan skala usahanya. Oleh karenanya perlu dikaji lebih lanjut tentang faktor manfaat yang dicari nasabah dan pengaruhnya terhadap kepuasan layanan kredit bank. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji faktor-faktor manfaat yang dicari nasabah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mendapatkan layanan kredit Bank Konvensional serta pengaruhnya terhadap kepuasan layanan pada setiap skala usaha.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPO- TESIS

Kriteria UMKM

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. UMKM meliputi Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah.

Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perseorangan atau rumah tangga maupun badan yang memiliki aset bersih sampai dengan Rp 50 juta. Usaha ini bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omset penjualan tahunan sampai dengan Rp 300 juta. Adapun usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perseorangan atau rumah tangga maupun badan yang memiliki aset bersih antara Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omset penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar.

Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perseorangan atau rumah tangga maupun

badan yang memiliki aset bersih antara Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar dan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omset penjualan tahunan sebesar Rp 2,5 miliar sampai dengan Rp 50 miliar.

Dalam studi ini, dikaji manfaat yang dicari nasabah baik Usaha Mikro, Usaha Kecil maupun Usaha Menengah dalam layanan kredit perbankan. Selanjutnya, diuji pula pengaruh manfaat yang dicari tersebut terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah UMKM.

Kepuasan

Menurut Engel dalam Hasan (2008: 57), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kotler dan Keller (2008: 117) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

Jika jasa yang dipersepsikan kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan ada kecenderungan pelanggan akan mempergunakan penyedia jasa tersebut. Terdapat tiga kemungkinan atas kepuasan: 1) apabila kualitas lebih rendah dari harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*), 2) apabila kinerja lebih besar dibandingkan harapan, terjadi kepuasan emosional (*positive disconfirmation*) dan 3) apabila kinerja sama dengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation* atau *non satisfaction*) (Hasan, 2008: 61).

Menurut Kotler dan Keller (2008: 137), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harapan pelanggan, tujuan, *perceived*

performance, attribute satisfaction, dan information satisfaction. Uraian tersebut dapat disintesa bahwa secara umum untuk mencapai kepuasan, layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan pelanggan.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing layanan sesuai dengan sejauh mana harapan terpenuhi atau terlampaui. Pada dasarnya pelanggan mengharapkan dapat memperoleh produk yang memiliki manfaat pada tingkat harga

Manfaat

Manfaat relasional (*Relational Benefits*) didefinisikan sebagai manfaat yang didapat pelanggan sebagai hubungan jangka panjang dengan penyedia jasa. (Gwinner dalam Molina, 2007: 256). Menurut Zeithaml (2006: 183) mengemukakan bahwa manfaat relasional baru akan dirasakan oleh pelanggan ketika menerima layanan yang memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan apa yang diharapkan atau didapatkan dari perusahaan lainnya. Pelanggan lebih menyukai untuk menjalin hubungan dengan suatu perusahaan yang mampu memberikan layanan berkualitas, kepuasan, dan keuntungan spesifik yang lebih besar dibandingkan pengorbanan yang dilakukannya.

Ketika perusahaan mampu dengan konsisten menyampaikan nilai dari sudut pandang pelanggan, maka satu manfaat akan dirasakan pelanggan dengan lebih jelas yang akan mendorong konsumen untuk mempertahankan hubungan. Manfaat relasional terdiri tiga indikator. Indikator pertama adalah Manfaat Kepercayaan (*Confidence benefits*). Menurut Zeithaml (2006: 184) *Confidence benefits* mencerminkan adanya rasa percaya terhadap penyedia jasa yang mampu mengurangi kecemasan atau kegelisahan karena perusahaan memahami apa yang menjadi harapan pelanggan. Manfaat ini sangat penting karena merupakan hal yang paling dasar bagi pelanggan untuk loyal pada

penyedia jasa.

Indikator kedua adalah manfaat Sosial (*Social Benefits*). Menurut Lovelock (2004: 375), manfaat sosial mencerminkan penghargaan yang diterima pelanggan seperti nama yang dikenal oleh seluruh pegawai, maupun perhatian yang diberikan pegawai kepada pelanggan berdasarkan hubungan personal yang terjalin antara pelanggan dan perusahaan penyedia jasa. Saat manfaat sosial ini menciptakan hubungan dan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dalam interaksinya dengan perusahaan, maka hal ini dapat menjadi penentu loyalitas yang penting bagi perusahaan. Indikator terakhir adalah Manfaat Perlakuan Spesial (*Special Treatment Benefit*).

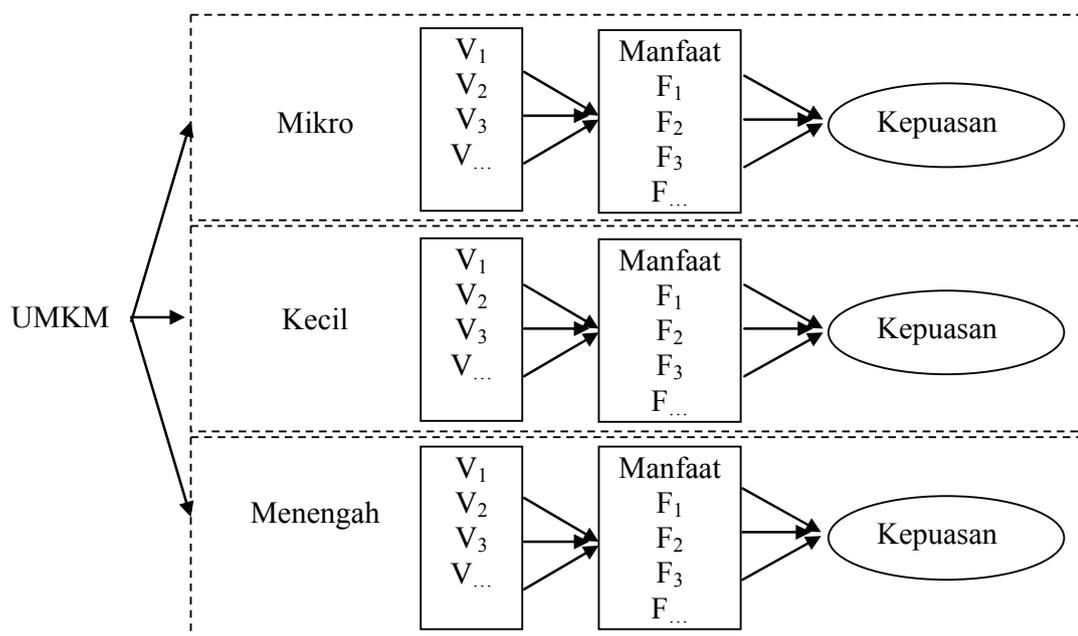
Menurut Zeithaml (2006: 184), perlakuan istimewa terdiri dari pemberian harga spesial maupun perlakuan khusus yang tidak diterima oleh pelanggan kebanyakan. Meskipun manfaat perlakuan istimewa dapat dengan jelas dijadikan sebagai unsur kritis untuk membentuk loyalitas pelanggan (misalnya manfaat bagi pemegang kartu anggota departemen *store*), namun hal ini kadang dianggap kurang penting bagi pelanggan secara keseluruhan.

Hubungan antara Manfaat yang Dicari dengan Kepuasan

Lingkungan bisnis yang semakin ketat persaingannya belakangan ini membuat pelanggan memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Ini merupakan tantangan yang dihadapi untuk dapat membuat pelanggan mereka bertahan. Pelanggan tidak akan bertahan tanpa kepuasan.

Saat ini, banyak cara yang dapat pelanggan lakukan untuk menyuarakan kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Di samping beberapa perusahaan telah menyediakan suara konsumen dengan layanan bebas pulsa, mereka juga dapat memilih untuk menyuarakannya melalui media yang dapat diakses oleh banyak

Gambar 1
Rerangka Pemikiran



orang, surat pembaca di media cetak, media social dan sebagainya. Tentunya perusahaan berharap hanya citra baik yang dikemukakan ke publik. Oleh karena penciptaan citra baik akan menghasilkan kepuasan baik pula.

Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Jika jasa yang dipersepsikan kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan, maka mereka akan merasa kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan ada kecenderungan pelanggan akan mempergunakan penyedia jasa tersebut. (Kotler dan Keller, 2008: 117).

Kepuasan ini akan memberi dampak antara lain: terciptanya hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, menciptakan loyalitas, reputasi yang baik, dan peningkatan laba. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, pemasar perlu mengetahui harapan-harapan apa yang diinginkan oleh pelanggannya (Tatik 2008). Penting bagi penyedia jasa mengetahui manfaat apa yang

diinginkan pelanggan selama mendapatkan layanan produk dan jasa. Hal yang perlu diingat disini, mempertahankan pelanggan bukan berarti tanpa menonjolkan manfaat (*benefit*) seperti halnya ketika menarik pelanggan baru. Justru dalam upaya mempertahankan pelanggan lama harus mampu memperlihatkan manfaat secara kontinyu sebagai alasan pelanggan untuk tetap bertahan.

Beberapa kajian teoritis juga mengemukakan adanya pengaruh langsung antara manfaat dengan kepuasan antara lain dalam penelitian yang berjudul "*relational benefits and customer satisfaction in retail banking*" yang dilakukan oleh Molina dkk. (2007). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji manfaat yang diperoleh oleh nasabah dalam hubungannya dengan pegawai yang meliputi manfaat layanan khusus, manfaat sosial, dan manfaat kepercayaan terhadap kepuasan.

Hasil penelitian di atas memperlihatkan ketiga faktor manfaat yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah manfaat kepercayaan. Sedangkan Zeithaml (2006: 183) mengemukakan bahwa manfaat relasional baru akan dirasakan oleh

pelanggan ketika menerima layanan yang memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan apa yang mereka harapkan/dapatkan dari perusahaan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga manfaat tersebut yang berpengaruh pada kepuasan adalah manfaat kepercayaan. Studi lain yang dilakukan oleh Dagger, dkk. (2001) membuktikan bahwa *relationship benefits* yang meliputi manfaat sosial, kepercayaan, perlakuan khusus mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap komitmen dimana manfaat kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan yang lain. Berdasarkan kajian teori dan empiris yang telah diuraikan dapat disajikan rerangka pemikiran sebagaimana pada Gambar 1. Dari rerangka pemikiran tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H1 : Manfaat yang dicari Usaha Mikro berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional.

H2 : Manfaat yang dicari Usaha Kecil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional.

H3 : Manfaat yang dicari Usaha Menengah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini terbatas pada variabel manfaat dan kepuasan atas hubungannya dengan kredit UMKM. Objek terbatas pada UMKM yang mengambil kredit pada Bank Konvensional saja, tidak termasuk atas UMKM yang mengambil kredit di Bank Syariah atau lembaga penyedia kredit lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di daerah Surabaya dan sekitarnya yang mengambil kredit di Bank Konvensional. Dari populasi tersebut akan diambil beberapa untuk dijadikan sampel dan dijadikan sumber data penelitian. Populasi ini merupakan populasi infinit karena merupakan suatu kumpulan objek yang berkembang terus, atau tidak pasti jumlahnya.

Untuk menentukan jumlah sampel minimum, penulis menggunakan rumus (Sugiarto, 2001 : 70)

$$n = \frac{Z^2 \alpha P(Q)}{d^2}, \quad (1)$$

di mana :

$Z\alpha$ = Nilai dari tabel z (1,960)

$P(Q)$ = Proporsi (0,5)

e = Toleransi kesalahan ($e = 0,1$)

n = Jumlah sampel

Maka jumlah sampel minimum adalah 96 yang selanjutnya dibulatkan oleh peneliti menjadi 150. Sample 150 ini, kemudian dibagi pada tiga skala (mikro, kecil, dan menengah) sehingga setiap skala usaha adalah 50 sampel.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* atau *judgement sampling*, sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa responden adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Kuesioner ini dibagikan kepada nasabah kredit Bank Konvensional, berada di daerah Surabaya dan sekitarnya (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya dan Sidoarjo) dan telah memanfaatkan jasa kredit dan sedang mengambil kredit minimal 6 bulan.

Pengambilan sampel dilakukan di bulan Juli – Agustus 2013 di daerah Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo, Mojokerto, Bangkalan, dan Gresik). Penyebaran kuesioner dibantu bagian pemasaran kredit usaha dari bank – bank yang mempunyai nasabah UMKM. Dengan dibantu oleh bagian pemasaran kredit usaha diharapkan kuesioner akan lebih tepat sasaran karena personel bank tersebut lebih mengetahui skala usaha nasabahnya.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini kisi-kisi pengembangan instrumen disajikan dalam Tabel 1.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian di lapangan, terutama

Tabel 1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Sumber	
Manfaat Sosial	Staf mengenal nasabah	M1-M4	Molina (2007)	
	Nasabah familiar dengan pegawai			
	Pegawai mengetahui nama nasabah			
	Berteman dengan pegawai			
	Kepercayaan	M5-M11		
	Reputasi Bank			
	Penyampaian informasi produk bank secara jelas dan akurat			
	Kehandalan dalam mengatasi permasalahan	M12-M15		
	Kesesuaian jasa dengan yang dijanjikan			
	Perlakuan Spesial			
Kecepatan Pelayanan	M12-M15			
Tingkat bunga yg lebih baik				
Perlakuan prioritas ketika antri				
Layanan Tambahan	K1-K4	Kotler dan Keller (2008) dan modifikasi peneliti		
Kepuasan			K1-K4	Kotler dan Keller (2008) dan modifikasi peneliti
Kesesuaian Layanan dengan harapan				
Kepuasan atas Layanan				
Kepuasan atas Produk				
Kemampuan dalam Memenuhi Harapan				

yang berkaitan dengan responden dan variabel penelitian baik yang dilengkapi dengan tabel atau diagram. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan tentang profil responden dan tanggapan responden tentang variabel manfaat dan kepuasan.

Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan mendefinisikan struktur suatu data dan matriks dan menganalisis struktur saling berhubungan (korelasi) antar sejumlah besar variabel (test score, test items, jawaban kuesioner) dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor. Analisis Faktor ingin menemukan suatu cara meringkas informasi yang ada dalam variabel asli menjadi satu set dimensi baru (faktor).

Analisis faktor digunakan untuk meringkas informasi yang ada dalam variabel awal menjadi satu set dimensi baru

atau faktor dengan cara menentukan struktur melalui *data summarization* atau *data reduction*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Malhotra (2006 : 230), regresi majemuk/berganda melibatkan sebuah variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Jadi, jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, maka hubungan antara kedua variabel disebut regresi berganda (Wahid Sulaiman, 2004: 80).

Penggunaan analisis regresi linier berganda adalah karna akan diteliti pengaruh faktor faktor manfaat sebagai variabel independen terhadap variabel kepuasan yang merupakan variabel dependen atau terikat.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dari hasil analisis deskriptif, ditemukan bahwa pada Usaha Mikro, kepuasan atas

Tabel 2
Hasil Analisis Faktor Manfaat yang Dicari Nasabah UMKM

Faktor Manfaat yang Dicari Nasabah UMKM pada Layanan Kredit Bank Konvensional		
Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Kedekatan Nasabah dengan Pegawai	Kedekatan Nasabah dengan Pegawai	Kedekatan Nasabah dengan Pegawai
Kepercayaan atas Kualitas	Kesesuaian Jasa	Layanan Tambahan
-	Prioritas	Kesesuaian Jasa

Sumber : Data primer, diolah.

produk menjadi indikator utama kepuasan. Begitu juga pada variabel manfaat, informasi kredit yang akurat merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah. Pada Usaha Kecil, kepuasan atas produk dan layanan menjadi indikator utama kepuasan. Begitu juga pada variabel manfaat, manfaat kepercayaan berupa pemberian informasi kredit yang jelas dan akurat merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah.

Pada Usaha Menengah, kepuasan atas produk menjadi indikator utama kepuasan. Begitu juga pada variabel manfaat, reputasi perbankan merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah.

Analisis Faktor

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil analisis faktor pada Tabel 2. Pada tabel tersebut, didapatkan informasi bahwa pada Usaha Mikro faktor utama yang terbentuk adalah kedekatan nasabah dengan pegawai dan kepercayaan atas kualitas. Dari beberapa wawancara yang peneliti lakukan bahwa hubungan sosial antara nasabah dengan pegawai memiliki keeratan. Nasabah Usaha Mikro yang umumnya berpendidikan SMA dan relatif muda umumnya belum memiliki pengetahuan mengenai perbankan terbantu dengan adanya para personel perbankan.

Nasabah mengenal para personel perbankan yang sering berhubungan dengan nasabah. Jika nasabah membutuhkan bantuan atau informasi mengenai usaha atau perbankan, nasabah dengan mudah menghu-

bungi pegawai yang biasa berhubungan. Kepentingan atas manfaat dengan pegawai perbankan ini tidak menghilangkan pentingnya nasabah mencari manfaat atas kualitas dari perbankan.

Usaha Kecil ternyata mementingkan apakah layanan yang didapatkan sama atau lebih baik dari yang dijanjikan. Hal ini dikarenakan Usaha Kecil sebagian telah mengerti mengenai produk dan layanan perbankan. Dari beberapa wawancara yang peneliti lakukan, para pengusaha kecil aktif mencari tahu mengenai produk dan layanan perbankan, sehingga telah mampu membandingkan layanan dari bank satu dengan yang lainnya. Begitu juga pada faktor prioritas, pengusaha ini berharap layanan yang lebih utama dari nasabah lainnya, sehingga dalam hal melakukan transaksi perbankan nasabah berharap mendapatkan kemudahan.

Pada Usaha Menengah faktor yang muncul adalah kedekatan nasabah dengan pegawai, layanan tambahan dan kesesuaian jasa. Berbeda dengan Usaha Mikro dan Kecil, pada Usaha Menengah para pengusaha lebih matang dan berpengalaman. Manfaat sosial yang terbentuk adalah hubungan dengan personel perbankan dengan kualitas lebih tinggi. Nasabah berharap mendapat kedekatan yang lebih baik berupa pelayanan yang lebih personal. Begitu juga pada faktor layanan tambahan dimana pada Usaha Kecil hanya berharap pada prioritas, sementara pada Usaha Menengah lebih dari itu. Tidak hanya prioritas atas pelayanan, nasabah yang berpengalaman ini memiliki pengetahuan

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Berganda

Faktor	Skala Usaha							
	Mikro		Kecil			Menengah		
	Kedekatan nasabah	Kepercayaan atas kualitas	Kedekatan nasabah	Kesesuaian jasa	Prioritas	Kedekatan nasabah	Layanan tambahan	Kesesuaian jasa
F		32,718			6,695			4,299
Sig		0,000			0,001			0,009
Adj. R Square		0,564			0,259			0,168
T	3,437	7,323	0,908	2,869	3,321	0,629	2,462	-2,538
Sig t	0,001*	0,000*	0,369	0,006*	0,002*	0,533	0,018**	0,015**
r²	0,2007	0,5329	0,0176	0,1521	0,1936	0,0085	0,1162	0,1225

Ket: *) sig pada 0,01 **) sig pada 0,05.

Sumber: Data primer, diolah.

yang cukup dan berharap mendapatkan manfaat-manfaat lain seperti suku bunga yang lebih baik, pelayanan yang lebih personal dan lain-lain.

Analisis Regresi Berganda

Faktor-faktor yang telah terbentuk pada pengujian Analisis Faktor kemudian diuji Regresi. Hasil Analisis Regresi berganda disajikan pada Tabel 3.

Hasil analisis regresi pada Usaha Mikro adalah bahwa kepuasan nasabah UMKM dipengaruhi oleh faktor kedekatan nasabah dengan pegawai dan kepercayaan atas kualitas. Nasabah pada skala Usaha Mikro mempunyai hubungan sosial yang erat dengan pegawai perbankan. Jika dikaitkan dengan usia dan latar belakang pendidikan, di mana pada Usaha Mikro tingkat pendidikan mayoritas adalah SMA dan berumur relatif muda antara 25 sampai 40 tahun, nasabah pada level ini mempunyai pengetahuan yang minim tentang perbankan, sehingga nasabah membutuhkan bantuan dari para personel bank untuk aktif memberi informasi mengenai produk dan layanan perbankan. Minimnya pengetahuan akan perbankan ini membuat kepercayaan atas kualitas diperlukan nasabah untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan perbankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Molina (2007), dimana penelitian ini juga sependapat manfaat kepercayaan

seperti kepercayaan atas kualitas yang berpengaruh terhadap kepuasan.

Hasil analisis regresi pada Usaha Kecil adalah bahwa faktor kesesuaian jasa dan prioritas merupakan faktor yang berpengaruh pada kepuasan, sementara faktor kedekatan nasabah dengan pegawai tidak. Nasabah Usaha Kecil pada umumnya telah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai perbankan dengan tingkat pendidikan mayoritas SMA dan berumur antara 25 sampai 40 tahun, nasabah telah memiliki sedikit pengalaman sehingga hubungan dengan personel perbankan bukan merupakan kriteria kepuasannya. Kepuasan nasabah tergantung pada kualitas jasa yang diterima dan perlakuan yang lebih baik daripada nasabah pada umumnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Molina (2007) dimana faktor-faktor yang berhubungan dengan kepercayaan berpengaruh pada kepuasan.

Berbeda dengan Usaha Mikro dan Kecil, kepuasan nasabah Usaha Menengah lebih tergantung pada kualitas layanan yang lebih baik dari nasabah pada umumnya. Hasil analisis regresi pada Usaha Menengah adalah faktor kedekatan nasabah dengan pegawai tidak berpengaruh pada kepuasan. Sementara faktor kesesuaian jasa dan prioritas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Responden usaha Menengah telah memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas

berusia 40 sampai 55 tahun. Nasabah mampu menganalisis layanan jasa yang berkualitas. Faktor pegawai kedekatan nasabah dengan pegawai yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan ini mendukung penelitian Molina (2007). Faktor kesesuaian jasa yang berpengaruh pada kepuasan sejalan dengan penelitian sebelumnya, dimana menurut Molina (2007) faktor tersebut yang merupakan bagian dari manfaat kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan. Pada faktor prioritas, dimana dalam penelitian Molina (2007) faktor ini termasuk dalam manfaat layanan tambahan dimana pada penelitian tersebut faktor ini tidak berpengaruh pada kepuasan sementara pada Usaha Menengah, faktor prioritas ternyata memiliki pengaruh yang signifikan.

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa model kepuasan terbaik terdapat pada nasabah Usaha Mikro. Hal tersebut dapat dilihat melalui nilai Uji F dan *Adjusted R Square*, dimana kedua nilai tersebut mempunyai hasil yang terbaik dari 2 skala lainnya. Begitu juga pada nilai pada masing-masing faktor yang signifikan berpengaruh kepada kepuasan.

Pada Usaha Menengah dan Usaha Kecil, faktor yang berhubungan dengan hubungan sosial yang terjalin antara nasabah dan pegawai mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan. Sementara persamaan lainnya ada pada pengaruh faktor kesesuaian jasa dan layanan tambahan atau prioritas yang mempunyai pengaruh signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan pada nasabah Usaha Kecil dan Menengah tidak berhubungan dengan bagaimana hubungan dengan personel perbankan, namun lebih pada kualitas layanan yang diterima. Nasabah berharap mendapat pelayanan berbeda dan lebih baik dari nasabah pada umumnya.

Perbedaan-perbedaan hasil penelitian yang dilakukan ini dengan penelitian Molina (2007) dikarenakan pada penelitian sebelumnya hanya mengkaji nasabah perbankan secara umum, sementara penelitian ini mengkaji nasabah kredit saja dan menelitinya di

setiap skala. Perbedaan setiap skala ini dikarenakan perbedaan karakteristiknya. Pada Usaha Mikro sebagian besar belum minim pengetahuan mengenai akses perbankan, dengan manajemen dan sumber daya manusia yang terbatas. Usaha Kecil pada umumnya nasabah telah memiliki manajemen yang baik walaupun masih sederhana, dan sebagian besar telah memiliki akses dan pengetahuan tentang perbankan. Sementara Usaha Menengah telah memiliki manajemen yang baik, sebagian besar telah berpengalaman dalam usaha dan berhubungan dengan perbankan. Perbedaan-perbedaan tersebut menyebabkan perbedaan yang timbul atas manfaat-manfaat dan tingkat kepuasan yang dicari.

SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor manfaat yang utama dicari nasabah Usaha Mikro yaitu faktor kedekatan nasabah dengan pegawai dan kepercayaan atas kualitas. Pada Usaha Kecil faktor manfaat yang utama dicari nasabah adalah faktor kedekatan nasabah dengan pegawai, kesesuaian jasa dan prioritas. Sementara pada Usaha Menengah yaitu faktor kedekatan nasabah dengan pegawai, layanan tambahan dan kesesuaian jasa.

Faktor manfaat yang utama dicari nasabah Usaha Mikro yaitu faktor kedekatan nasabah dengan pegawai dan kepercayaan atas kualitas berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional. Sedangkan faktor manfaat yang utama dicari nasabah Usaha Kecil yaitu faktor kedekatan nasabah dengan pegawai secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sementara kesesuaian jasa dan prioritas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Faktor kedekatan nasabah dengan pegawai, kesesuaian jasa dan prioritas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional. Pada Usaha Menengah, faktor manfaat yang utama dicari

yaitu faktor kedekatan nasabah dengan pegawai secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sementara faktor layanan tambahan dan kesesuaian jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional. Faktor kedekatan nasabah dengan pegawai, kesesuaian jasa dan layanan tambahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan layanan kredit Bank Konvensional.

Keterbatasan penelitian ini menyangkut keterbatasan dalam hal pengumpulan data. Peneliti yang langsung menemui responden ternyata tidak efektif. Hal ini diakibatkan tidak semua UMKM merupakan responden yang dibutuhkan dalam penelitian. Peneliti mempunyai beberapa kriteria responden yang informasi tersebut dimiliki oleh personel perbankan. Sehingga proses penyebaran responden lebih efektif jika dilakukan oleh personel perbankan. Keterbatasan lain ditimbulkan dari metode tersebut, yaitu karena personel perbankan memiliki pemahaman yang kurang akan penelitian yang dilakukan mengakibatkan kemungkinan terjadi rendahnya tingkat pemahaman responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner.

Peneliti memberikan beberapa saran yang didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan. Diharapkan agar saran-saran tersebut dapat dijadikan sebagai masukan yang bermanfaat bagi perbankan dan penelitian selanjutnya.

Bisa disimpulkan bahwa faktor manfaat sosial yang berhubungan dengan personel perbankan pada dua skala usaha (Kecil dan Menengah) tidak berpengaruh terhadap kepuasan, namun jika digabungkan dengan faktor lainnya faktor ini akan berpengaruh secara simultan. Dengan demikian, walaupun bukan manfaat sosial atas kedekatan nasabah dengan pegawai yang mempengaruhi kepuasan atas layanan kredit perbankan bukan berarti faktor ini tidak perlu dalam penyediaan layanan perbankan.

Faktor kepercayaan atas kualitas, kesesuaian jasa, dan layanan tambahan merupakan faktor manfaat yang berpengaruh secara

parsial terhadap kepuasan UMKM, oleh karena itu sebaiknya peningkatan kualitas atas faktor-faktor ini ditingkatkan. Peningkatan kualitas atas faktor-faktor tersebut akan berpengaruh kepada kepuasan nasabah dan meningkatkan kemungkinan peningkatan loyalitas dan keuntungan bagi perbankan.

Strategi pemasaran kredit usaha perbankan sebaiknya dikaitkan pula dengan manfaat yang dicari setiap skala, sehingga pemakaian alat pemasaran dapat tepat sasaran. Pada tiga skala usaha Mikro, Kecil dan Menengah ditekankan pada kedekatan pegawai dengan nasabah. Oleh karena itu terkait dengan layanan ini bank diharapkan mampu mendapatkan pegawai yang mempunyai kemampuan komunikasi yang baik yang didapat melalui proses rekrutmen yang sesuai serta pemberian pelatihan yang berkesinambungan kepada pegawai.

Pada Usaha Mikro, strategi pemasaran lain yang bisa diterapkan adalah menamakan kepercayaan atas kualitas melalui promosi yang diikuti dengan peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan. Pada Usaha Kecil, strategi pemasaran lain yang diterapkan adalah kemampuan bank memberikan layanan jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan. Selain itu bank diharapkan mampu memberikan layanan yang lebih baik pada nasabah Usaha Kecil dibanding nasabah kredit pada umumnya. Pada Usaha Menengah, strategi pemasaran lain yang diterapkan adalah bank mampu memberikan layanan jasa yang sesuai yang berbeda dan lebih baik daripada nasabah Usaha Mikro dan Kecil.

Bisa dirancang strategi pemasaran pada Usaha Mikro dengan kepuasan atas produk menjadi indikator utama kepuasan. Strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan adalah peningkatan kualitas atas produk perbankan. Begitu juga pada variabel manfaat, informasi kredit yang akurat merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah. Strategi yang sebaiknya diterapkan perbankan adalah memberikan informasi yang sejelas-jelasnya mengenai layanan kredit perbankan pada nasabah. Pada Usaha Kecil, kepuasan atas

produk dan layanan menjadi indikator utama kepuasan. Strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan adalah peningkatan kualitas atas produk dan layanan perbankan. Begitu juga pada variabel manfaat, manfaat kepercayaan berupa pemberian informasi kredit yang jelas dan akurat merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah.

Strategi yang sebaiknya diterapkan perbankan adalah menanamkan kepercayaan dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai layanan kredit perbankan pada nasabah. Pada Usaha Mene-nah, kepuasan atas produk menjadi indika-tor utama kepuasan. Strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan adalah pening-katan kualitas atas produk perbankan. Begitu juga pada variabel manfaat, reputasi per-bankan merupakan indikator utama manfaat yang dicari nasabah. Strategi yang sebaiknya diterapkan perbankan adalah memberikan image yang baik atas kinerja dan layanan. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperluas daerah pengambilan sampel (tidak hanya di Surabaya dan sekitarnya), mengaitkan dengan variable lain (misalnya : loyalitas) dan memperbanyak jumlah sampel yang diambil.

DAFTAR RUJUKAN

- Dagger, S Tracey, Meredith E David, Sandy Ng, 2011, 'Do Relationship Benefits and Maintance Drive Commitment and Loyalty?', *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 Iss. 4 pp. 273 – 281.
- Departemen Koperasi, 2008, Kriteria UMKM (Online), <www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=129>, diakses tanggal 20 Juli 2013.
- Hasan, Ali, 2008, *Marketing*, Yogyakarta : Med Press.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1, Jakarta : PT. Index.
- Lovelock, Christopher, 2004, *Service Marketing and Management*, New Jersey : Prentice Hall.
- Malhotra, Naresh K 2006, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Edisi Keempat, Jilid 2 , Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Molina, Arturo, David Martín-Consuegra, Águeda Esteban, 2007, 'Relational Benefits and Customer Satisfaction in Retail Banking', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25 Iss: 4 pp. 253 – 271.
- Sugiarto, 2001, *Teknik Sampling*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tatik, Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wahid, Sulaiman, 2004, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Zeithaml, Valarie A. Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler, 2006, *Service Marketing – Integrating Customer Focus Accross The Firm*, Edisi ke empat, New York: McGraw Hill.

PENGARUH PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA DAN AKTIVA PRODUKTIF TERHADAP PERTUMBUHAN NET INTEREST MARGIN (NIM) PADA BANK-BANK PEMERINTAH DAERAH

**Khuryatul Machila
Anggraeni**

STIE Perbanas Surabaya

E-mail : khuryatul_machila@yahoo.com

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

This study attempts to solve the problem dealing with a good profitability of bank which occurs when net interest margin (NIM) on bank rises from year to year. However, this does not occur in the local government banks. Therefore, it is very important to find out what factors are influencing the decrease of NIM in local government banks. The aim of this study to determine the influence of demand deposits, saving deposits, time deposits, loan received, interbank placement, securities and loans both simultaneously and individually have significant effect on the NIM growth in local government banks. It uses multiple regressions for the analysis. It shows that demand deposits, saving deposits, time deposits, loan received, interbank placement, securities and loans growth simultaneously did not significantly affect the NIM growth in local government banks. Demand deposits, saving deposits, time deposits, interbank placement, loan received and loans growth partially did not affect insignificantly and negatively either. The security growth partially has significant and positive effect on the NIM and among seven independent variables; security growth has dominant effect on the NIM.

Key words: *Demand deposits, saving deposits, Time deposits, Loan Received, Interbank Placement, Securities, Credit.*

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan profitabilitas bank yang baik yang terjadi ketika net interest margin (NIM) pada bank yang meningkat dari tahun ke tahun. Namun, ini tidak terjadi di bank-bank pemerintah daerah. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penurunan NIM bank pemerintah daerah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh giro, tabungan, deposito berjangka, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan pinjaman baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan NIM bank pemerintah daerah. Penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk analisis. Hasilnya menunjukkan bahwa giro, tabungan, deposito berjangka, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan pertumbuhan pinjaman secara bersamaan tidak secara signifikan mempengaruhi pertumbuhan NIM bank pemerintah daerah. Giro, tabungan, deposito berjangka, penempatan pada bank lain, pinjaman yang diterima dan pertumbuhan kredit parsial tidak mempengaruhi dan tidak signifikan juga negatif. Pertumbuhan surat berharga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap NIM dan di antara tujuh variabel independen; pertumbuhan surat berharga memiliki pengaruh dominan pada NIM.

Kata Kunci: *Demand deposits, saving deposits, Time deposits, Loan Received, Interbank Placement, Securities, Credit.*

PENDAHULUAN

Sektor perbankan memiliki peranan penting bagi pembangunan ekonomi sebagai *financial intermediary* atau perantara antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Dalam menghimpun dana, pihak ketiga bank menanggung biaya bunga, sedangkan dalam menyalurkan dana, bank akan memperoleh pendapatan bunga yang dapat digunakan untuk membiayai usahanya, baik operasional maupun ekspansi untuk masa yang akan datang. Untuk mengukur besar kecilnya keuntungan, salah satunya adalah melalui *Net Interest Margin* (NIM) yang merupakan selisih antara pendapatan bunga dan biaya bunga. Profitabilitas bank yang baik terjadi apabila NIM suatu bank meningkat dari waktu ke waktu. Namun, tidak demikian halnya yang terjadi pada bank pemerintah daerah seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1. Oleh karena itu, perlu dicari faktor-faktor yang memengaruhi penurunan NIM pada bank pemerintah tersebut. Hal ini menarik untuk dilakukan penelitian tentang tingkat kemampuan bank dalam memperoleh keuntungan. Lebih jelasnya tentang kinerja bank pemerintah daerah periode 2010-2012 terlihat pada Tabel 1.

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

Apakah pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman diterima, surat berharga, penempatan pada bank lain, dan kredit secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan giro secara parsial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan tabungan secara parsial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan deposito secara parsial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan pinjaman diterima

secara parsial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ?

Apakah pertumbuhan surat berharga secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan penempatan pada bank lain secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

Apakah pertumbuhan kredit secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah?

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Produk-produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpun dana atau yang biasa disebut dengan sumber-sumber dana bank yaitu :

Giro

Maryanto Supriyono (2011: 18) menyatakan bahwa rekening giro atau Current Account adalah salah satu produk perbankan berupa simpanan nasabah perseorangan maupun badan usaha dalam Rupiah maupun mata uang asing yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan warkat cek dan/atau Bilyet Giro. Menurut Mudrajad Kuncoro Suhardjono (2011: 68) melihat sifatnya yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan banyak media, yang saat ini dapat dilakukan dengan cek, kuitansi, kartu ATM, dan bilyet giro, serta fungsinya sebagai sarana mempercepat proses pembayaran transaksi perdagangan. Dengan demikian, produk ini cenderung ditawarkan dalam memenuhi motif untuk keperluan pembayaran transaksi perdagangan. Rumus untuk menghitung pertumbuhan giro adalah:

$$\Delta giro = \frac{giro_t - giro_{t-1}}{giro_{t-1}} \times 100\% . \quad (1)$$

Tabungan

Menurut Ismail (2010: 49) sarana penarikan tabungan dengan sarana lainnya adalah

Tabel 1
Posisi dan Trend Net Interst Margin (NIM) pada Bank Pemerintah Daerah
Tahun 2010-2012 (Dalam Persentase)

No.	Nama Bank	Posisi dan Trend NIM						Rata-rata	
		2009	2010	Trend	2011	Trend	2012		Trend
1	BPD Sulawesi Tenggara	12.96	12.55	-0.41	15.1	2.55	8.68	-6.42	1.43
2	BPD Yogyakarta	9.61	10.27	0.66	9.29	0.53	8.98	-0.31	0.29
3	BPD Kalimantan Timur	6.37	8.76	2.39	8.18	-0.58	6.22	-1.96	-0.05
4	PT. Bank DKI	6.14	5.06	-1.08	5.56	0.5	5.17	-0.39	-0.32
5	PT. Bank Lampung	6.69	9.59	2.9	6.97	-2.62	6.54	-0.43	-0.05
6	PT. Bank Aceh	6.95	8.26	1.31	7.24	-1.02	7.65	0.41	0.23
7	PT. Bank Kalimantan Tengah	9.98	11.65	1.67	8.79	-2.86	7.24	-1.55	-0.91
8	PT. BPD Jambi	12.29	17.34	5.05	11.71	-5.63	7.91	-3.8	-1.46
9	PT. BPD Sulawesi Selatan & Barat	10.73	10.31	-0.42	10	-0.31	8	-2	-0.91
10	PT. BPD Riau Kepri	6.09	9.43	3.34	7.23	-2.2	6.31	-0.92	0.07
11	PT. BPD Sumatera Barat	8.46	10.43	1.97	7.59	-2.84	7	-0.59	-0.49
12	PT. BPD Jawa Barat & Banten	7.63	7.32	-0.31	7	-0.32	7	0	-0.21
13	PT. BPD Maluku	10.21	11.4	1.19	12.58	1.18	7.59	-4.99	-0.87
14	PT. BPD Bengkulu	11.97	18.04	6.07	10.82	-7.22	9.99	-0.83	-0.66
15	PT. BPD Jawa Tengah	9.33	9.24	-0.09	8.43	-0.81	7.83	-0.6	-0.50
16	PT. BPD Jawa Timur	7.66	9.2	1.54	7.95	-1.25	6.63	-1.32	-0.34
17	PT. BPD Kalimantan Barat	9.17	10.06	0.89	9.95	-0.11	8.5	-1.45	-0.22
18	PT. BPD Nusa Tenggara Barat	10.69	12.95	2.26	12.85	-0.1	11.49	-1.36	0.27
19	PT. BPD Nusa Tenggara Timur	10.99	11.68	0.69	9.85	-1.83	8.31	-1.54	-0.89
20	PT. BPD Sulawesi Tengah	10.6	12.07	1.47	7.72	-4.35	4.97	-2.75	-1.88
21	PT. BPD Sulawesi Utara	8.4	11.64	3.24	8.46	-3.18	6.82	-1.64	-0.53
22	PT. BPD Bali	8.9	8.65	-0.25	7.79	-0.86	7.51	-0.28	-0.46
23	PT. BPD Kalimantan Selatan	7.6	9.27	1.67	6.67	-2.6	6.78	0.11	-0.27
24	PT. BPD Papua	7.52	7.24	-0.28	7.52	0.28	6.54	-0.98	-0.33
25	PT. BPD Sumatera Selatan	8.47	7.22	-1.25	6.67	-0.55	6.28	-0.39	-0.73
26	PT. BPD Sumatera Utara	11.24	11.47	0.23	9.15	-2.32	8.59	-0.56	-0.88
	Jumlah	236.65	271.1	34.45	231.1	-38.52	194.5	-36.54	-10.68
	Rata-rata			1.33		-1.48		-1.41	-0.41

Sumber : Laporan Keuangan Publikasi Bank Indonesia (data diolah).

sarana lain yang disediakan oleh bank misalnya formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana pemindahbukuan yang disediakan untuk nasabah dalam melakukan pengiriman uang baik ke bank sendiri maupun ke bank lain. Rumus untuk menghitung pertumbuhan tabungan adalah :

$$\Delta \text{tabungan} = \frac{T_t - T_{t-1}}{T_{t-1}} \times 100\% . \quad (2)$$

Deposito

Menurut Undang-Undang Perbankan (1998: 10) pasal 1 ayat 7 tentang perbankan, yang

dimaksud dengan deposito adalah “Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dan bank.” Rumus untuk menghitung pertumbuhan deposito adalah :

$$\Delta \text{deposito} = \frac{D_t - D_{t-1}}{D_{t-1}} \times 100\% . \quad (3)$$

Pinjaman yang Diterima

Menurut Ismail (2010: 116), pinjaman yang diterima merupakan sumber dana yang berasal dari bank lain, Bank Indonesia, atau pihak lain dengan kewajiban pembayaran

kembali sesuai dengan persyaratan perjanjian pinjaman. Rumus untuk menghitung pertumbuhan pinjaman yang diterima adalah:

$$\Delta PD = \frac{PD_t - PD_{t-1}}{PD_{t-1}} \times 100\% . \quad (4)$$

Produk-produk Penyaluran Dana

Produk-produk penyaluran dana bank atau yang biasa disebut dengan penggunaan dana bank yakni dalam penelitian ini yang digunakan adalah aktiva bank yang bisa menghasilkan pendapatan bagi bank (aktiva produktif) yaitu :

Penempatan pada Bank Lain

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, penempatan pada bank lain adalah penanaman dana bank pada bank lain, baik dalam negeri maupun luar negeri sebagai *secondary reserve* dalam bentuk *interbank call money*, tabungan, deposito, dll yang sejenis, dengan maksud untuk mendapatkan penghasilan. Rumus untuk menghitung pertumbuhan penempatan pada bank lain adalah :

$$\Delta PBL = \frac{PBL_t - PBL_{t-1}}{PBL_{t-1}} \times 100\% . \quad (5)$$

Surat Berharga

Menurut Undang-Undang Perbankan (1998: 10) pasal 1 ayat 10 menjelaskan bahwa Surat Berharga adalah “Surat pengakuan utang, wesel, saham, obligasi, sekuritas kredit atau setiap derivatifnya, atau kepentingan lain, atau suatu kewajiban dari penerbit dalam bentuk yang lebih lazim diperdagangkan dipasar modal dan pasar uang”. Rumus untuk menghitung pertumbuhan surat berharga adalah:

$$\Delta SB = \frac{SB_t - SB_{t-1}}{SB_{t-1}} \times 100\% . \quad (6)$$

Kredit

Kasmir (2010: 72) menyatakan, bahwa kredit sering diartikan memperoleh barang dengan membayar cicilan atau angsuran dikemudian hari atau memperoleh pinjaman uang yang pembayarannya dilakukan dikemudian hari dengan cicilan sesuai dengan perjanjian. Jadi dapat diartikan

bahwa kredit dapat berbentuk barang atau berbentuk uang. Rumus untuk menghitung pertumbuhan kredit adalah :

$$\Delta Kredit = \frac{K_t - K_{t-1}}{K_{t-1}} \times 100\% . \quad (7)$$

Pengertian Net Interest Margin (NIM)

Menurut Surat Edaran Bank Indonesia, No. 06/23/DPNP. Tanggal 31 Mei 2004, bahwa NIM adalah Perbandingan antara pendapatan bunga bersih (pendapatan bunga-beban bunga) dengan rata-rata aktiva produktif.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$NIM = \frac{\text{Pendapatan Bunga} - \text{Biaya Bunga}}{\text{Rata - rata Aktiva Produktif}} \times 100\% \quad (8)$$

Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan *Net Interest Margin* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Delta NIM = NIM_t - NIM_{t-1} . \quad (9)$$

Dari landasan teori, penelitian ini dapat digambarkan melalui rerangka pemikiran pada Gambar 1, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan oleh pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit secara simultan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H2 : Pertumbuhan giro secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

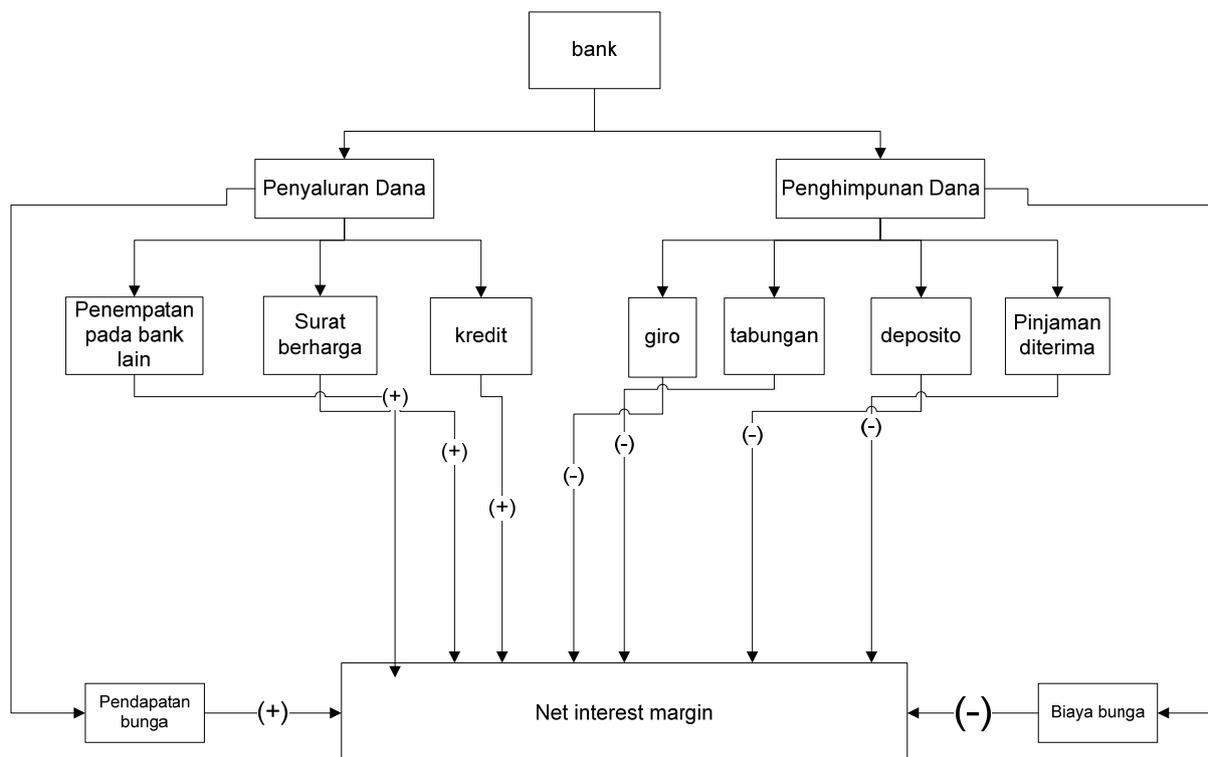
H3 : Pertumbuhan tabungan secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H4 : Pertumbuhan deposito secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H5 : Pertumbuhan pinjaman yang diterima secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H6 : Pertumbuhan penempatan pada bank lain secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan

Gambar 1
Rerangka Pemikiran



an NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H7 : Pertumbuhan surat berharga secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

H8 : Pertumbuhan kredit secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada bank-bank pemerintah daerah.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini yaitu diantaranya :

(1) Jenis penelitian menurut metode analisisnya. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam pengelolaan data adalah regresi linier berganda, dimana model ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tergantung (Mudrajad Kuncoro 2011: 99). Dengan demikian, penelitian ini bersifat kausalitas. (2) Jenis penelitian menurut jenis data. Ini juga penelitian kuantitatif karena data yang akan digunakan dalam

penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data bersumber dari laporan keuangan Bank-bank Pemerintah Daerah. Laporan keuangan yang akan diteliti yaitu laporan keuangan triwulanan.

Identifikasi variabel

Variabel bebas dan variabel tergantung dalam penelitian ini antara lain:

Variabel tergantung (Y) :

Pertumbuhan NIM.

Variabel bebas (X) adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Giro : X_1
2. Pertumbuhan Tabungan : X_2
3. Pertumbuhan Deposito : X_3
4. Pertumbuhan Pinjaman Diterima : X_4
5. Pertumbuhan Surat Berharga : X_5
6. Pertumbuhan penempatan pada bank lain : X_6
7. Pertumbuhan Kredit : X_7

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel tergantung :

Pertumbuhan *Net Interest Margin* (Rasio

NIM)

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih NIM Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor dua.

Variabel Bebas :

Pertumbuhan Giro

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih giro Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan giro periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor tiga.

Pertumbuhan Tabungan

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih tabungan Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan tabungan periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1 tahun 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor empat.

Pertumbuhan Deposito

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih deposito Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan deposito periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1 tahun 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor lima.

Pertumbuhan Pinjaman Diterima

Merupakan hasil perbandingan antara selisih pinjaman diterima Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan pinjaman diterima periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor enam.

Pertumbuhan Penempatan pada Bank Lain

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih penempatan pada bank lain Bank

Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan penempatan pada bank lain periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor tujuh.

Pertumbuhan Surat Berharga

Ini merupakan hasil perbandingan antara selisih surat berharga Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan surat berharga periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor delapan.

Pertumbuhan Kredit

Merupakan hasil perbandingan antara selisih kredit Bank Pemerintah Daerah pada periode tertentu (t) dengan periode $t-1$ dibagi dengan kredit periode $t-1$ pada setiap triwulan mulai triwulan 1, 2010 sampai triwulan II, 2012. Satuan pengukuran dalam persen dan untuk mengukurnya digunakan rumus nomor sembilan.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Karakteristik yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut: Bank Pemerintah Daerah yang mengalami penurunan NIM dan Bank Pemerintah Daerah yang memiliki total asset terakhir per Juni, 2012 dengan total asset di atas 20 Triliun Rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut maka terdapat enam bank yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu: BPD Kalimantan Timur, PT. Bank DKI, PT. BPD Jawa Barat & Banten, PT. BPD Jawa Tengah, PT. BPD Jawa Timur dan PT. BPD Sumatera Utara.

Teknik atau Metode Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam analisis ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik.

Analisis Deskriptif ini dilakukan untuk

Tabel 2
Koefisien Regresi

Variabel Penelitian	Koefisien Regresi
X1 = Δ Giro	-0.0002
X2 = Δ Tabungan	-0.0002
X3 = Δ Deposito	-0.015
X4 = Δ Pinjaman yang diterima	-0.001
X5 = Δ Penempatan pada Bank Lain	0.004
X6 = Δ Surat Berharga	0.001
X7 = Δ Kredit	-0.102
R Square = 0.203	Konstanta = 0.517
Sig F = 0.089	F Hitung = 1.898

Sumber: Hasil pengolahan SPSS.

mengetahui perkembangan rasio NIM pada Bank Pemerintah Daerah dari 2009 sampai 2012.

Analisis statistik dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

Analisis Regresi Berganda, Melakukan Uji Serempak (Uji F), Melakukan Uji Parsial (Uji t)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menentukan arah dan besarnya pengaruh variabel-variabel bebas yang meliputi pertumbuhan giro (X_1), pertumbuhan tabungan (X_2), pertumbuhan deposito (X_3), pertumbuhan pinjaman yang diterima (X_4), pertumbuhan penempatan pada bank lain (X_5), pertumbuhan surat berharga (X_6) dan pertumbuhan kredit (X_7) terhadap variabel tidak bebas yaitu pertumbuhan NIM (Y). Untuk mempermudah dalam menganalisis regresi linier berganda, berikut ini disajikan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS Ver 11.5 diperoleh hasil yang disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, terbentuk persamaan regresi di bawah ini :

$$Y = 0,517 - 0,0002 X_1 - 0,0002 X_2 - 0,015 X_3 - 0,001 X_4 + 0,004 X_5 + 0,001 X_6 - 0,102 X_7 + \epsilon_i$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Besarnya nilai konstanta adalah sebesar 0,517 menunjukkan bahwa jika semua

variabel bebas dianggap konstan atau tidak berpengaruh terhadap NIM, maka besarnya NIM adalah 0,517. Jadi, angka ini menunjukkan besarnya nilai Y (NIM), dengan asumsi apabila semua variabel bebas bernilai nol.

Besarnya koefisien Pertumbuhan Giro sebesar -0,0002. Ini menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara Pertumbuhan Giro dengan NIM. Apabila Pertumbuhan Giro semakin besar, pertumbuhan NIM akan semakin kecil.

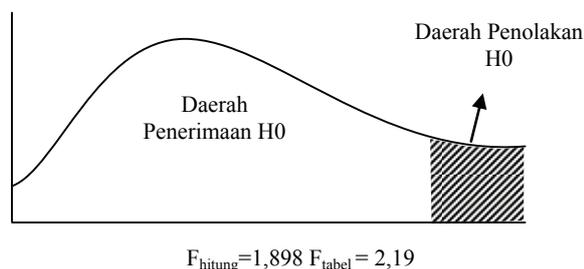
Besarnya koefisien Pertumbuhan Tabungan sebesar -0,0002 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara Pertumbuhan Tabungan dengan pertumbuhan NIM apabila Pertumbuhan Tabungan semakin besar maka pertumbuhan NIM akan semakin kecil.

Besarnya koefisien Pertumbuhan Deposito sebesar -0,015 menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara Pertumbuhan Deposito dengan pertumbuhan NIM. Apabila Pertumbuhan Deposito semakin besar maka pertumbuhan NIM akan semakin kecil.

Koefisien Pertumbuhan Pinjaman sebesar -0,001 menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara Pertumbuhan Pinjaman dengan pertumbuhan NIM. Apabila Pertumbuhan Pinjaman semakin besar maka pertumbuhan NIM akan semakin kecil.

Besarnya koefisien Pertumbuhan Penempatan pada Bank Lain sebesar 0,004. Ini menunjukkan bahwa adanya hubungan posi-

Gambar 2
Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji F



tif antara Pertumbuhan Penempatan pada Bank Lain dengan pertumbuhan NIM. Apabila Pertumbuhan Penempatan Bank Lain semakin besar maka pertumbuhan NIM semakin besar.

Besarnya koefisien Pertumbuhan Surat Berharga sebesar 0,001 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara Pertumbuhan Surat Berharga dengan pertumbuhan NIM. Apabila Pertumbuhan Surat Berharga semakin besar maka pertumbuhan NIM semakin besar.

Koefisien Pertumbuhan Kredit sebesar -0,102 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara Pertumbuhan Kredit dengan pertumbuhan NIM. Semakin besar Pertumbuhan Kredit maka pertumbuhan NIM semakin besar.

Uji F (Uji Serempak)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh variabel X (variabel bebas) secara bersama-sama terhadap variabel Y (variabel tergantung).

Dari Gambar 2, dengan $\alpha = 0,05$ dengan df pembilang = $k = 7$, dan df penyebut = $n - k - 1 = 52$, sehingga $F_{tabel} = 2,19$, sedangkan $F_{hitung} = 1,898$. Dengan demikian $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,089 lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya seluruh variabel bebas pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit secara bersama-sama memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel tergantung yaitu pertumbuhan NIM.

Koefisien determinasi atau R square sebesar 0,203 artinya perubahan-perubahan

yang terjadi pada variabel tergantung sebesar 20,3 persen disebabkan oleh variabel bebas secara bersama-sama, sedangkan sisanya 79,7 persen disebabkan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Koefisien korelasi (R) menunjukkan angka sebesar 0,451 yang mengindikasikan bahwa variabel bebas secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat dengan variabel tergantung karena angka koefisien korelasi berada hampir mendekati angka 1.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung. Uji t sisi kiri untuk menguji variabel pertumbuhan giro, tabungan, deposito dan pinjaman yang diterima secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM serta Uji t sisi kanan untuk menguji variabel pertumbuhan penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM.

Dari hasil proses SPSS pada Tabel 3, diketahui hasil dari analisis masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: Pertumbuhan Giro

Nilai t_{hitung} variabel X_1 yang diperoleh adalah sebesar -0,027, sedangkan nilai dari $-t_{tabel}$ adalah sebesar -1,67469 sehingga ($t_{hitung} \geq -t_{tabel}$) dengan asumsi ($t_{hitung} = -0,027 \geq -t_{tabel} = -1,67469$) t_{hitung} lebih besar dari $-t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,0000016 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan giro memberikan kontribusi sebesar 0,00 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hipotesis 2: Pertumbuhan Tabungan

Nilai t_{hitung} variabel X_2 yang diperoleh adalah sebesar -0,013, sedangkan nilai dari $-t_{tabel}$ adalah sebesar -1,67469, sehingga ($t_{hitung} \geq -t_{tabel}$) dengan asumsi ($t_{hitung} = -$

Tabel 3
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	R	r ²	Kesimpulan
Δ Giro	-0.027	-1.67469	-0.004	0,000016	Ho diterima dan H ₁ ditolak
Δ Tabungan	-0.013	-1.67469	-0.002	0,000004	Ho diterima dan H ₁ ditolak
Δ Deposito	-1.237	-1.67469	-0.169	0,028561	Ho diterima dan H ₁ ditolak
Δ Pinjaman yang diterima	-0.863	-1.67469	-0.119	0,014161	Ho diterima dan H ₁ ditolak
Δ Penempatan pada Bank lain	1.163	1.67469	0.159	0,025281	Ho diterima dan H ₁ ditolak
Δ Surat Berharga	2.118	1.67469	0.282	0,079524	Ho ditolak dan H ₁ diterima
Δ Kredit	-1.776	1.67469	-0.239	0,057121	Ho diterima dan H ₁ ditolak

Sumber: Hasil pengolahan SPSS.

$0,013 \geq -t_{\text{tabel}} = -1.67469$) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,000004 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan tabungan memberikan kontribusi sebesar 0,00 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hiotesis 3: Pertumbuhan Deposito

Nilai t_{hitung} variabel X_3 yang diperoleh adalah sebesar -1.237, sedangkan nilai dari $-t_{\text{tabel}}$ adalah sebesar -1.67469 sehingga ($t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$) dengan asumsi ($t_{\text{hitung}} = -1.237 \geq -t_{\text{tabel}} = -1.67469$) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,028561 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan deposito memberikan kontribusi sebesar 2,85 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hipotesis 4: Pertumbuhan Pinjaman yang diterima

Nilai t_{hitung} variabel X_4 yang diperoleh adalah sebesar -0,863, sedangkan nilai dari $-t_{\text{tabel}}$ adalah sebesar -1.67469 sehingga ($t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$) dengan asumsi ($t_{\text{hitung}} = -0,863 \geq -t_{\text{tabel}} = -1.67469$) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,014161 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan pinjaman yang diterima memberikan kontribusi sebesar 1,41 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hipotesis 5: Pertumbuhan Penempatan Pada Bank Lain

Nilai t_{hitung} variabel X_5 yang diperoleh adalah sebesar 1.163 sedangkan nilai dari t_{tabel} adalah sebesar 1.67469 sehingga ($t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$) dengan asumsi ($t_{\text{hitung}} = 1.163 \leq t_{\text{tabel}} = 1.67469$) t_{hitung} kurang dari t_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,025281 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan penempatan pada bank lain memberikan kontribusi sebesar 2,52 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hipotesis 6: Pertumbuhan Surat Berharga

Nilai t_{hitung} variabel X_6 yang diperoleh adalah sebesar 2.118 sedangkan nilai dari t_{tabel} adalah sebesar 1.67469 sehingga ($t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$) dengan asumsi ($t_{\text{hitung}} = 2.118 \geq t_{\text{tabel}} = 1.67469$) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,079524 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan surat berharga memberikan kontribusi sebesar 7,95 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Hipotesis 7: Pertumbuhan Kredit

Nilai t_{hitung} variabel X_7 yang diperoleh adalah sebesar -1.776 sedangkan nilai dari $-t_{\text{tabel}}$ adalah sebesar 1.67469 sehingga ($t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$) dengan asumsi ($t_{\text{hitung}} = -1.776 \leq t_{\text{tabel}} = 1.67469$) t_{hitung} kurang dari t_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4
Rangkuman Hasil Hipotesis

Variabel	Kesimpulan	Teori	Koefisien	Kesesuaian Teori
Δ Giro	Ho Diterima	Negatif	Negatif	Sesuai
Δ Tabungan	Ho Diterima	Negatif	Negatif	Sesuai
Δ Deposito	Ho Diterima	Negatif	Negatif	Sesuai
Δ Pinjaman yang diterima	Ho Diterima	Negatif	Negatif	Sesuai
Δ Penempatan pada Bank lain	Ho Diterima	Positif	Positif	Sesuai
Δ Surat Berharga	Ho Diterima	Positif	Positif	Sesuai
Δ Kredit	Ho Diterima	Positif	Negatif	Tidak Sesuai

Sumber : Hasil SPSS.

Besarnya koefisien determinasi parsial (r^2) adalah sebesar 0,057121 yang berarti bahwa secara parsial variabel pertumbuhan kredit memberikan kontribusi sebesar 5,71 persen terhadap pertumbuhan NIM.

Pembahasan.

Berdasarkan hasil analisis linier berganda, uji f dan uji t dengan menggunakan SPSS versi 11.5 maka hasilnya dapat dirangkum pada Tabel 4. Dari Tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil Analisis Regresi linier Berganda Pertumbuhan Giro (X_1)

Pertumbuhan giro memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan NIM, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,0002. Dengan demikian, bisa ditarik simpulan bahwa terdapat kesesuaian antara penelitian yang dilakukan dengan teori bahwa peningkatan giro akan menambah biaya bunga yang harus ditanggung oleh bank sehingga *Net Interest Margin* akan menurun. Hal ini disebabkan oleh kenaikan pertumbuhan biaya bunga lebih besar sehingga menyebabkan NIM mengalami penurunan. Dalam hal ini pendapatan bunga yang dihasilkan tidak mampu menutupi biaya bunga yang sifatnya harus segera dibayar oleh bank kepada pihak ketiga, yang menyebabkan NIM mengalami penurunan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

Pertumbuhan Tabungan (X_2)

Pertumbuhan tabungan memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan NIM, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,0002. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwa terdapat kesesuaian antara penelitian yang dilakukan dengan teori dimana dalam teori peningkatan tabungan akan menambah biaya bunga yang harus ditanggung oleh bank sehingga *Net Interest Margin* akan menurun. Hal ini disebabkan oleh kenaikan pertumbuhan biaya bunga lebih besar sehingga menyebabkan NIM menurun. Dalam hal ini pendapatan bunga yang dihasilkan tidak mampu menutupi biaya bunga yang sifatnya harus segera dibayar oleh bank kepada pihak ketiga, yang menyebabkan NIM mengalami penurunan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly.

Pertumbuhan Deposito (X_3)

Didalam hasil penelitian ini pertumbuhan deposito juga mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan NIM, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,015. Artinya hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini sesuai dengan teori dimana diperkirakan selama periode penelitian. Bank dalam menghimpun dana dari deposito dengan volume yang tinggi sehingga pertumbuhan deposito akan menyebabkan NIM menurun. Hal ini disebabkan perolehan dana dari pihak lain

tidak dapat dialokasikan secara optimal dengan pendapatan bunga yang jauh lebih kecil dari biaya bunga atau biaya bunga yang ditanggung oleh bank lebih besar daripada pendapatan bunga, sehingga mengakibatkan *Net Interest Margin* mengalami penurunan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

Pertumbuhan Pinjaman yang Diterima (X₄)

Dalam penelitian ini, pertumbuhan pinjaman yang diterima juga mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan NIM. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,001. Artinya hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini sesuai dengan teori dimana diperkirakan selama periode penelitian, bank dalam menghimpun dana dari pinjaman yang diterima dengan volume yang tinggi sehingga pertumbuhan pinjaman yang diterima akan menyebabkan NIM mengalami penurunan. Hal ini disebabkan perolehan dana dari pihak lain tidak dapat dialokasikan secara optimal dengan pendapatan bunga yang jauh lebih kecil dari biaya bunga atau biaya bunga yang ditanggung oleh bank lebih besar daripada pendapatan bunga, sehingga mengakibatkan *Net Interest Margin* mengalami penurunan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

Pertumbuhan Penempatan pada Bank Lain (X₅)

Didalam penelitian ini pertumbuhan penempatan pada bank lain memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan NIM, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,004, sehingga ditarik kesimpulan bahwa terdapat kesesuaian antara penelitian yang dilakukan dengan teori, dimana didalam teori peningkatan penempatan pada bank lain akan menambah pendapatan bunga sehingga *Net Interest Margin* akan meningkat. Dalam hal ini pendapatan bunga yang dihasilkan mampu menutupi biaya bunga yang sifatnya harus segera dibayar

oleh bank kepada pihak ketiga, yang menyebabkan NIM meningkat. Hal ini dikarenakan dana yang diperoleh bank dialokasikan dalam bentuk penempatan pada bank lain cukup besar sehingga bank memperoleh pendapatan bunga dari penempatan pada bank lain tersebut yang mana pendapatan bunga yang diperoleh tersebut berdampak positif terhadap NIM sehingga *Net Interest Margin* meningkat. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

Pertumbuhan Surat Berharga (X₆)

Didalam penelitian ini pertumbuhan surat berharga memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan NIM, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,001, sehingga ditarik kesimpulan bahwa terdapat kesesuaian antara penelitian yang dilakukan dengan teori, dimana didalam teori peningkatan surat berharga akan menambah pendapatan bunga sehingga *Net Interest Margin* akan meningkat. Dalam hal ini pendapatan bunga yang dihasilkan mampu menutupi biaya bunga yang sifatnya harus segera dibayar oleh bank kepada pihak ketiga, yang menyebabkan NIM meningkat. Hal ini dikarenakan dana yang diperoleh bank dialokasikan dalam bentuk surat berharga cukup besar sehingga bank memperoleh pendapatan bunga dari surat berharga tersebut yang mana pendapatan bunga yang diperoleh tersebut berdampak positif terhadap NIM sehingga *Net Interest Margin* meningkat. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

Pertumbuhan Kredit (X₇)

Dimana peningkatan kredit akan menyebabkan peningkatan pendapatan bunga, sehingga *Net Interest Margin* akan mengalami peningkatan. Akan tetapi didalam penelitian ini pertumbuhan kredit memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan NIM. Ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,102, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara

penelitian yang dilakukan dengan teori dimana dalam teori peningkatan kredit akan menambah pendapatan bunga sehingga *Net Interest Margin* akan meningkat akan tetapi dalam kenyataannya *Net Interest Margin* menurun jika pertumbuhan kredit meningkat dan biaya bunga mengalami peningkatan sehingga mengakibatkan *Net Interest Margin* menurun. Hal ini dikarenakan kenaikan pertumbuhan biaya bunga lebih besar sehingga menyebabkan NIM menurun. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selly (2011).

SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Variabel pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit secara bersama-sama memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah periode triwulan I, 2010 sampai triwulan II, 2012. Besarnya pengaruh variabel bebas pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit terhadap pertumbuhan NIM sebesar 20,3 persen sedangkan sisanya 79,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan giro secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan giro secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 0,00 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa

pertumbuhan giro secara parsial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan tabungan secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan tabungan secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 0,00 persen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan tabungan secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan deposito secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan deposito secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 2,85 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan deposito secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan pinjaman yang diterima secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pinjaman yang diterima secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 1,41 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan pinjaman yang diterima secara parsial mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan penempatan pada bank lain secara parsial memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan

penempatan pada bank lain secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 2,52 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan penempatan pada bank lain secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Variabel pertumbuhan surat berharga secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan surat berharga secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 7,95 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan surat berharga secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah diterima.

Variabel pertumbuhan kredit secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah. Besarnya pengaruh variabel pertumbuhan kredit secara parsial terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah sebesar 5,71 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan kredit secara parsial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah ditolak.

Diantara tujuh variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pertumbuhan NIM pada Bank Pemerintah Daerah adalah pertumbuhan surat berharga. Karena mempunyai nilai koefisien determinasi parsial paling tinggi dibandingkan dengan koefisien determinasi parsial yang dimiliki oleh variabel bebas lainnya yaitu sebesar 7,95 persen.

Penelitian yang telah dilakukan ini masih memiliki banyak keterbatasan. Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pertama, Subyek penelitian hanya terbatas pada Bank Pemerintah Daerah yang masuk dalam sampel penelitian.

Kedua, Periode Penelitian yang digunakan selama dua tahun setengah yaitu mulai triwulan I, 2010 sampai triwulan II, 2012.

Ketiga, Jumlah variabel yang diteliti juga terbatas karena hanya meliputi pertumbuhan giro, tabungan, deposito, pinjaman yang diterima, penempatan pada bank lain, surat berharga dan kredit.

Ada beberapa kelemahan dalam penelitian ini. Untuk itu, ada beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian :

Bank pemerintah daerah terutama PT. Bank DKI diharapkan lebih optimal dalam menyalurkan dana dalam bentuk surat berharga karena rata-rata pertumbuhan surat berharga PT.

Bank DKI paling rendah sebesar 42,24 persen dan berada di bawah rata-rata keseluruhan sebesar 142,62 persen terhadap pertumbuhan NIM, diharapkan PT. Bank DKI bisa meningkatkan surat berharga sampai sebesar 261,92 persen yang merupakan rata-rata pertumbuhan surat berharga paling tinggi yang dimiliki oleh BPD Kalimantan Timur atau diatas rata-rata keseluruhan sehingga pendapatan bunga yang dihasilkan diharapkan mampu menutupi biaya bunga yang harus segera dibayar kepada pihak ketiga dan diharapkan NIM mengalami peningkatan.

Bagi peneliti lain, sebaiknya mereka meneliti tingkat pertumbuhan produk bank lainnya yang lebih variatif selain yang telah dimasukkan dalam penelitian ini dan lebih memperbanyak periode penelitian agar hasil yang diharapkan signifikan sesuai dengan hipotesis penelitian. Di samping itu, hal tersebut diharapkan juga untuk menambah pengetahuan mahasiswa terhadap dunia perbankan khususnya mengenai pengaruh pertumbuhan produk penghimpun dana dan penyaluran dana terhadap pertumbuhan *Net Interest Margin* pada Bank-bank Pemerintah Daerah.

DAFTAR RUJUKAN

- Bank Indonesia, *Laporan Keuangan dan Publikasi Bank*.
- Ismail, 2010, *Akuntansi Bank: Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Ismail, 2010, *Manajemen Perbankan: dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, 2010, *Manajemen Perbankan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Maryanto Supriyono, 2011, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta, ANDI Yogyakarta.
- Mudrajad Kuncoro, 2011, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Mudrajad Kuncoro Suhardjono, 2011, *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta.
- Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 06/23/DPNP, Tanggal 31 Mei 2004, Tentang perhitungan Rasio Keuangan Perbankan.
- Selly Nur Apiyanti, 2011, 'Pengaruh Struktur Dana Pihak Ketiga dan Aktiva Produktif terhadap Profitabilitas Bank', *Thesis*, FEB Unpad.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992.