

ANALISIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SELAKU PENGUSAHA UKM KAKI LIMA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DALAM KREDIT KUR PADA BRI JATI UWUNG KOTA TANGERANG

Nurhadi

Program Studi Sistem Informasi
AMIK BSI Tangerang
nurhadi.nhd@bsi.ac.id

ABSTRACT

Collect funds held in the bank forms a period varying deposits and withdrawals, such as checking accounts, checking accounts, time deposits, certificates of deposit, savings books and so on. or finance can be money or bills whose value is measured by money, for example a bank loan to finance the purchase of a house or a car. Then the existence of an agreement between the bank (credit) to the beneficiary customer credit (the debtor), that they agreed in accordance with the agreements that have been made. Methods This study took a sample test questionnaires on the sidewalk entrepreneurs in kecamatan jatiuwung Tangerang with a sample of 30 respondents. The magnitude of the numbers R Square (R²) of 0824 numbers can be used to see the effect on the society pemberdayaan Jatiuwung KUR credit services (coefficient determinant). This figure has the intention that the analysis of community empowerment as a sidewalk SMEs to credit services KUR BRI Jatiuwung was 82.4% and the remaining affected other variables. Calculated $F = 63.309$, compared to the F table using error level of 5% was obtained value of F table = 2.042 so F count > F table ($63.309 > 2042$), then H_0 is rejected and H_a is accepted, it means there is influence between SMEs empowerment as a sidewalk the KUR credit services on BRI Jatiuwung

Keywords: banks, creditors, customers, entrepreneurship, marketing

I. PENDAHULUAN

Pedagang Kaki Lima (PKL) di banyak kota seringkali menimbulkan masalah seperti munculnya kawasan kumuh, kemacetan lalu lintas, mengganggu keberadaan pedagang pasar tradisional. Namun keberadaannya tidak bisa dengan serta merta diabaikan begitu saja. Keberadaan PKL sebagai konsekuensi dari terbatasnya penyediaan lapangan pekerjaan sektor formal. Di lain pihak, jumlah tenaga kerja tumbuh lebih pesat dari waktu ke waktu terutama yang datang dari daerah pedesaan yang dikenal dengan urbanisasi.

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dari dahulu sampai sekarang lebih pesat terjadi di kawasan perkotaan dibanding di kawasan pedesaan. PKL sebagai lapangan pekerjaan informal di suatu daerah adalah sektor usaha yang paling mudah dimasuki, namun juga paling mudah ditinggalkan. Ketika seseorang telah mendapatkan pekerjaan dengan pendapatan yang lebih layak, baik yang masih juga di sektor informal di daerah lain, maupun di sektor formal seperti sebagai karyawan di perusahaan-perusahaan akan meninggalkan pekerjaannya sebagai PKL.

Peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Semua sektor

usaha baik sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, perumahan dan lainnya sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam mengembangkan usahanya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Pedagang Kaki Lima (PKL) di banyak kota seringkali menimbulkan masalah seperti munculnya kawasan kumuh, kemacetan lalu lintas, mengganggu keberadaan pedagang pasar tradisional. Namun keberadaannya tidak bisa diabaikan begitu saja. Keberadaan PKL sebagai konsekuensi dari terbatasnya penyediaan lapangan pekerjaan sektor formal. Di lain pihak, jumlah tenaga kerja tumbuh lebih pesat dari waktu ke waktu terutama yang datang dari daerah pedesaan yang dikenal dengan urbanisasi. Memang pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dari dahulu sampai sekarang lebih pesat terjadi di kawasan perkotaan dibanding di kawasan pedesaan.

Kebutuhan dana bagi setiap usaha skala mikro membutuhkan biaya ekspansi guna

meningkatkan modal. Dilihat dari sektor usaha, pasar tradisional selalu tetap dapat eksis dan tidak terpengaruh terhadap krisis, maka dari itu pemerintah dan BRI memberikan bantuan kredit usaha yang diperuntukan bagi seluruh rakyat Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Peranan Kredit bagi UKM

Istilah kredit berasal dari bahasa latin berarti "credere" artinya percaya. Maksud dari percaya bagi si pemberi kredit adalah ia percaya kepada penerima kredit bahwa kredit yang di salurkannya pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian. Sedangkan bagi si penerima kredit merupakan penerimaan kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu.

Hasibuan (2011:87) menyatakan bahwa Kredit adalah semua jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bunganya oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Peter S. Rose dalam Siamat (2005:3) menyatakan bahwa kredit merupakan pinjaman yang disertai janji untuk membayar kembali di masa yang akan datang.

Kasmir (2008:92) menyatakan bahwa dari kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang, misalnya bank membiayai kredit untuk pembelian rumah atau mobil. Kemudian adanya kesepakatan antara bank (kredit) dengan nasabah penerima kredit (debitur), bahwa mereka sepakat sesuai dengan perjanjian yang telah di buat.

Supramono (2009:13) menyatakan bahwa Kredit adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu diminta, atau pada waktu yang akan datang karena penyerahan barang-barang sekarang.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa "Kredit adalah suatu reputasi yang dimiliki seseorang yang memungkinkan ia bisa memperoleh uang, barang-barang atau tenaga kerja, dengan jalan menukarkannya dengan suatu perjanjian untuk membayarnya disuatu waktu yang akan datang."

2.2. Unsur-unsur Kredit

Haryani (2005:126) menyatakan bahwa unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit adalah:

1. Debitur dan kreditur

Kedua pihak yang melakukan transaksi kredit yaitu debitur dan kreditur. Debitur atau disebut juga nasabah adalah pihak yang

mendapat pinjaman dari kreditur dan kreditur adalah pihak yang memberikan pinjaman atau menyalurkan pinjaman yaitu bank.

2. Perjanjian

Setiap kredit yang diberikan oleh bank harus didasari adanya perjanjian antara bank dan debitur berupa perjanjian kredit. Perjanjian kredit akan mengikat kedua pihak yaitu bank dan debitur untuk memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana yang tertuang dalam perjanjian kredit.

3. Jangka waktu

Setiap kredit harus ditentukan jangka waktu pemberian kredit, yaitu jangka waktu mulai dari kredit dicairkan sampai dengan kredit lunas.

4. Balas jasa

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk kredit ini merupakan keuntungan bank.

5. Kepercayaan

Bank memberikan kredit kepada debitur karena bank percaya bahwa dana yang disalurkan kepada debitur akan dapat dikembalikan. Bank percaya bahwa debitur dapat memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian

6. Risiko

Setiap penyaluran dana pasti mengandung resiko bahwa dana itu tidak kembali. Kredit yang diberikan oleh bank kepada debitur akan mengandung resiko adanya kemungkinan debitur tidak dapat mengembalikan dana pinjamannya. Oleh karena itu, bank harus melakukan analisis kredit sebelum memutuskan untuk memberikan kredit kepada debitur

Secara umum jenis-jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi, antara lain : Kasmir (2008:99)

1. Dilihat dari segi kegunaan

a. Kredit investasi

Biasanya digunakan untuk keperluan perlunasan usaha atau membangun proyek/pabrik baru untuk keperluan rehabilitas. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin-mesin.

b. Kredit modal kerja

Digunakan untuk keperluan meningkat – kan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, memebayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya.

2. Dilihat dari segi tujuan kredit

- a. Kredit produktif
Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contohnya kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang.
 - b. Kredit konsumtif
Kredit yang digunakan untuk konsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang atau jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha. Contoh kredit untuk perumahan, kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga dan kredit konsumtif lainnya.
 - c. Kredit perdagangan
Kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini diberikan kepada supplier atau agen-agen perdagangan yang akan membelikan barang dalam jumlah besar. Contoh kredit ini misalnya kredit ekspor dan impor.
3. Dilihat dari segi jangka waktu
 - a. Kredit jangka pendek
Merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama satu tahun, dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja. Contohnya untuk peternakan misalnya kredit peternakan ayam atau untuk pertanian.
 - b. Kredit jangka menengah
Jangka waktu kreditnya berkisar antara satu sampai dengan tiga tahun, biasanya untuk investasi. Sebagai contoh kredit untuk pertanian seperti jeruk, atau peternakan kambing.
 - c. Kredit jangka panjang
Merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya di atas tiga atau lima tahun. Biasanya kredit ini untuk investasi jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit atau manufaktur dan untuk kredit konsumtif seperti kredit perumahan.
 4. Dilihat dari segi jaminan
 - a. Kredit dengan jaminan
Kredit yang diberikan dengan suatu jaminan. Jaminan tersebut dapat berupa bentuk barang berwujud atau tidak berwujud atau jaminan orang. Artinya

setiap kredit yang dikeluarkan akan dilindungi senilai jaminan yang diberikan si calon debitur.

- b. Kredit tanpa jaminan
Merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atau nama baik calon debitur selama ini.

2.3. Pembinaan Kredit Ditinjau dari Versi Perbankan

Kasmir (2008:95) menyatakan bahwa penilaian kredit oleh bank dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya, seperti melalui prosedur penilaian yang benar. Biasanya kriteria penilaian yang harus dilakukan oleh bank untuk mendapatkan nasabah yang benar-benar menguntungkan dilakukan dengan analisis 5C dan 7P.

Adapun penjelasan untuk analisis dengan 5C kredit adalah sebagai berikut : (kasmir,2008:95)

1. *Character*
Suatu keyakinan bahwa, sifat atau watak dari orang-orang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya. Hal ini tercermin dari latar belakang nasabah, baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi.
2. *Capacity*
Untuk melihat kemampuan nasabah dalam bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya. Kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuannya dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah. Begitu pula dengan kemampuannya dalam menjalankan usahanya selama ini. Pada akhirnya akan terlihat "kemampuannya" dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.
3. *Capital*
Untuk melihat efektivitas penggunaan modal yaitu dengan melihat laporan keuangan (neraca dan laporan rugi laba) dan melakukan pengukuran seperti dari segi likuiditas, solabilitas, rentabilitas dan ukuran lainnya. *Capital* juga harus dilihat dari sumber mana saja modal yang ada sekarang ini.
4. *Collateral*
Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya, sehingga jika terjadi

- suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.
5. *Condition*
Penilaian kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan dimasa yang akan datang, sesuai sektor masing-masing serta prospek usaha dari sektor yang dijalankan. Penilaian prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik, sehingga kemungkinan kredit tersebut bermasalah relatif kecil

Penilaian kredit dengan metode analisis 7 P adalah: (kasmir,2012:104)

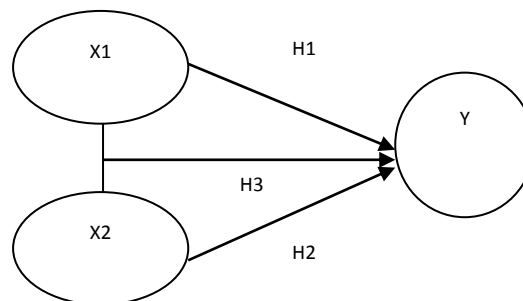
1. *Personality*
Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya. Personality juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.
2. *Party*
Yaitu mengklasifikasikan nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya. Sehingga nasabah dapat digolongkan ke golongan tertentu dan akan mendapatkan fasilitas yang berbeda dari bank.
3. *Purpose*
Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah. Tujuan pengambilan kredit dapat bermacam-macam. Sebagai contoh apakah untuk modal kerja atau investasi, konsumtif atau produktif dan lain sebagainya.
4. *Prospect*
Yaitu untuk menilai usaha nasabah dimasa yang akan datang menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya. Hal ini penting mengingat suatu fasilitas kredit yang dibiayai tanpa mempunyai prospek, bukan hanya bank yang rugi akan tetapi juga nasabah.
5. *Payment*
Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit. Semakin banyak sumber penghasilan debitur maka akan semakin baik. Sehingga jika salah satu usahanya merugi akan dapat ditutupi oleh sektor lainnya.
6. *Profitability*
Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba. Profitability

diukur dari periode ke periode apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat, apalagi dengan tambahan kredit yang akan diperolehnya.

7. *Protection*
Tujuannya adalah bagaimana menjaga agar usaha dan jaminan mendapatkan perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau jaminan asuransi

2.4. Kerangka Berpikir

Berdasarkan konsep keterkaitan antara variabel-variabel dalam penelitian ini maka bentuk kerangka berpikir atau kerangka penelitian dapat disusun seperti :



Sumber : Hasil Penelitian (2014)
Gambar 1 : Alur variabel dimensi

Variabel yang digunakan meliputi : variabel meningkatkan penjualan (Y), Pemberdayaan (X₁), dan UKM kaki lima (X₂) dalam Kredit KUR di BRI Jatiuwung. Guna memperoleh data-data yang diperlukan digunakan metode kuesioner yang diberikan kepada responden sesuai dengan sampel

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM Kaki Lima Terhadap meningkatkan Penjualan dalam Kredit KUR di BRI Jatiuwung yang bertempat di Jl. Gatot subroto No. 07 Jatake Kecamatan Jatiuwung Tangerang, Kode pos 5000.

Bentuk penelitian adalah kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian survey, dan desain korelasional kausalitas.

Populasi dalam penelitian ini adalah 10 pertanyaan dan jumlah sampel sebesar 30 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampling jenuh atau sensus.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu :

1. Kuesioner : Teknik pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pernyataan yang langsung diberikan kepada responden, dalam hal ini adalah konsumen masyarakat lingkungan jatake serta pembeli ditempat pasar Jatake .
2. Wawancara (*Interview*); Pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan beberapa masyarakat serta staff kelurahan Jatake berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan guna memperoleh informasi yang lengkap.
3. Observasi : Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada obyek yang dituju. Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap keadaan atau lokasi pasar Jatake dan mengenai bagaimana penerapan penyuluhan terhadap pedagang tersebut.

Skor yang diperoleh setelah mengisi kuesioner yang digunakan untuk mengukur pemberdayaan dan UKM kaki lima terhadap meningkatkan penjualan dalam Kredit KUR di BRI Jatiuwung adalah skala Likert. Instrumen dari variabel ini disusun berdasarkan kisi-kisi dan menetapkan 20 butir pernyataan, dimana setiap butir mempunyai lima alternatif jawaban yaitu :

sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RR), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Pemberian skor dari pernyataan yang diberikan adalah 5, 4, 3, 2, dan 1.

Proses pengumpulan data digunakan untuk merumuskan teori, dimana seorang analis secara bersama-sama dan sekaligus mengumpulkan, mencatat dan menganalisis data, serta menentukan data mana yang perlu dikumpulkan dan dimana harus mencari data-data tersebut untuk bisa mengembangkan teorinya. Proses pengumpulan data ini dikontrol oleh yang timbul saat itu apakah yang *substantif* ataupun yang *formal*. Penentuan awal dalam pengumpulan data yang teoritis ini didasarkan hanya pada *perspektif sosiologis* umum serta pada masalah yang umum. Setelah proses analisa telah selesai dilakukan, maka dilakukan pengambil kesimpulan dari analisa data literatur dilakukan sebelumnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilakukan sekitar bulan Desember 2013 sampai dengan maret 2014, sesuai dengan tabel dibawah ini :

Tabel 1 : Demografi Skala Pengukuran Penelitian Lapangan

| No | kegiatan Tahun 2013 | Rencana aktivitas | | | | |
|----|--|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | | | Des | Jan | Feb | Maret |
| 1 | Tahapan pertama : penyusunan usulan penelitian | | | | | |
| | a. | Menyusun usulan penelitian | █ | | | |
| | b. | Sidang usulan penelitian | █ | | | |
| | c. | Perbaikan usulan penelitian | ███ | | | |
| 2 | Tahapan kedua : penulisan jurnal | | | | | |
| | a. | Penyusunan kuesioner | | | ███ | |
| | b. | Menyebarkan kuesioner | | | ███ | |
| | c. | Analisis dan pengelolaan data | | | | ██ |
| | d. | Penulisan laporan | | ██████████ | ██████████ | |
| | e. | pelaporan penelitian | ██████████ | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| 3 | Tahap ketiga : revisi menurut reviewer | | | | | |
| | a. | pembinaan reviewer dan redaksi | | | ██ | |
| | b. | Perbaikan jurnal penelitian | | | | ██ |
| | c. | publikasi jurnal | | | | ███ |

Sumber : Hasil penelitian (2014)

4.2. Demografi Responden

Demografi adalah informasi yang mudah dijangkau dan relatif lebih murah untuk

mengidentifikasi target market. Informasi demografi memberikan informasi tentang profil dan karakteristik responden yang ada, meski tidak dapat untuk meramalkan perilaku konsumen.

Demografi dapat dilihat untuk melihat perubahan permintaan dan penawaran yang terakhir. Demografi dapat digunakan untuk mengevaluasi kampanye-kampanye *brand image / awarnes* masyarakat berdasarkan demografi responden.

Profil karakteristik responden terdiri dari beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner berikut ini adalah data demografi responden

Tabel 2 :
Demografi responden berdasarkan jenis kelamin.

| Jenis Kelamin | Jumlah responden |
|---------------|------------------|
| Pria | 5 |
| Wanita | 25 |
| Total | 30 |

Sumber : Hasil penelitian (2014)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari jumlah 30 responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 5 responden dan yang wanita sebanyak 25 responden.

Tabel 3 :
Demografi responden berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah responden |
|----------------------------|------------------|
| Usia 12 tahun s/d 25 tahun | 10 |
| Usia 26 tahun s/d 35 tahun | 5 |
| Usia 36 tahun s/d 45 tahun | 10 |
| Usia diatas 46 tahun | 5 |
| Jumlah | 30 |

Sumber : Hasil penelitian (2014)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari jumlah 30 responden yang berusia 12 sampai

Tabel 5 : Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of The Estimate | Change Statistik | | | | | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | .829 ^a | .687 | .676 | 4.49611 | .687 | 61.434 | 1 | 28 | .000 | 1.806 |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

Tabel 6 : ANOVA^b

| Model | Sum Of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1241.899 | 1 | 1241.899 | 61.434 | .000 ^a |
| Residual | 566.020 | 28 | 20.215 | | |
| Total | 1807.919 | 29 | | | |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

25 tahun sebanyak 10 responden, yang berusia 26 sampai dengan 35 tahun sebanyak 5 responden, yang berusia 36 sampai dengan 45 tahun sebanyak 10 responden dan yang berusia diatas 46 tahun sebanyak 5 responden.

Tabel 4 :
Demografi responden berdasarkan pekerjaan.

| Pekerjaan | Jumlah responden |
|---------------------|------------------|
| Pelajar / mahasiswa | 4 |
| pegawai negeri | 6 |
| karyawan swasta | 5 |
| Wiraswasta | 10 |
| Petani | 5 |
| Jumlah | 30 |

Sumber : Hasil penelitian (2014)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari jumlah 30 responden yang statusnya sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 4 responden, yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 6 responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 responden, yang bekerja sebagai petani sebanyak 5 responden.

A. Analisis Pemberdayaan Masyarakat Pengusaha UKM Kaki Lima Terhadap Peningkatan Penjualan Dalam Mendapatkan Kredit KUR Di BRI Jatiuwung

Berdasarkan pengolahan data dengan bantuan komputer melalui program SPSS versi 17 diperoleh sebagai berikut :

Tabel 7 : *Coefficient*^c

| Model | Unstandar dized Coefficients | Std. Error | Unstan dardi zed Coeffi cients | T | Sig. | Correl ations | | | Colli nearity Statis tics | VIF |
|--------------------------------|------------------------------------|---------------|--|-------|------|------------------|-------------|------|------------------------------------|-------|
| | | | | | | Zero- order | Par tial | Part | | |
| 1 (Constant) | 44.040 | 7.199 | | 6.118 | .000 | | | | | |
| Pember dayaan masyarakat | 1.986 | .253 | .829 | 7.838 | .000 | .829 | .829 | .829 | 1.000 | 1.000 |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Meningkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

b. Analisis Pengusaha UKM Kaki Lima Berdasarkan pengolahan data dengan Terhadap Peningkatan Penjualan Dalam bantuan komputer melalui program SPSS versi 17 Mendapatkan Kredit KUR di BRI Jatiuwung diperoleh sebagai berikut :

Tabel 8 : *Model Summary*^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of The Estimate | Change Statistik | | | | | Durbin- Watson |
|-------|-------------------|-------------|----------------------|----------------------------------|--------------------|-------------|-----|-----|------------------|-------------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | .667 ^s | .472 | .453 | 5.83846 | .472 | 25.037 | 1 | 28 | .000 | 2.146 |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

Tabel 9 : *ANOVA*^b

| Model | Sum Of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 853.467 | 1 | 853.467 | 25.037 | .000 ^s |
| Residual | 954.453 | 28 | 34.088 | | |
| Total | 1807.919 | 29 | | | |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

Tabel 10 : *Coefficient*^c

| Model | Unstandar dized Coefficients | Std. Error | Unstan dardi zed Coeffi cients | T | Sig. | Correl ations | | | Colli nearity Statis tics | VIF |
|------------------------|------------------------------------|---------------|--|-------|------|------------------|-------------|------|------------------------------------|-------|
| | | | | | | Zero- order | Par tial | Part | | |
| 1 (Constant) | 24.340 | 15.177 | | 1.604 | .120 | | | | | |
| Pengusaha kaki lima | 2.063 | .412 | .687 | 5.004 | .000 | .687 | .687 | .687 | 1.000 | 1.000 |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

c. Analisis Pemberdayaan Masyarakat Selaku Berdasarkan pengolahan data dengan Pengusaha UKM Kaki Lima Secara Bersama bantuan komputer melalui program SPSS versi 17 – Sama Terhadap Peningkatan Penjualan diperoleh sebagai berikut : Dalam Mendapatkan Kredit KUR di BRI Jatiuwung

Tabel 8 : *Model Summary*^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of The Estimate | Change Statistik | | | | | Durbin- Watson |
|-------|---|-------------|----------------------|----------------------------------|--------------------|-------------|-----|-----|------------------|-------------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |

| | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|------|------|---------|------|--------|---|----|------|-------|
| 1 | .908 ⁵ | .824 | .811 | 3.43058 | .824 | 63.309 | 2 | 27 | .000 | 1.490 |
|---|-------------------|------|------|---------|------|--------|---|----|------|-------|

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

Tabel 9 : ANOVA^b

| Model | Sum Of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1490.159 | 1 | 745.079 | 63.309 | .000 ⁵ |
| Residual | 317.761 | 27 | 11.769 | | |
| Total | 1807.919 | 29 | | | |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

Tabel 10 : Coefficient^c

| Model | Unstandar dized Coefficients | Unstan dardi zed Coeffi cients | | Correl ations | | | Colli nearity Statis tics | | | |
|--------------------------------|------------------------------------|--|---------------|------------------|------|------|------------------------------------|-------------|------|---------------|
| | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. | Zero- order | Par tial | Part | Tole rance |
| 1 (Constant) | 10.660 | 9.110 | | 1.170 | .252 | | | | | |
| Pember dayaan masyarakat | 1.570 | .213 | .655 | 7.355 | .000 | .829 | .817 | .593 | .820 | 1.219 |
| Pengusaha kaki lima | 1.229 | .268 | .409 | 4.593 | .000 | .687 | .662 | .371 | .820 | 1.219 |

a. Predictors : (Constant), pemberdayaan masyarakat
 b. Dependent Variable : Mneingkatkan Kredit (KUR) BRI Jatiuwung
 Sumber : Hasil pengolahan data (2014)

V. PENUTUP

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka korelasi antara analisis pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima terhadap penjualan dalam mendapatkan kredit KUR pada BRI sebesar 0.712 dan korelasi sebesar 0.908, artinya ada pengaruh antara pemberdayaan msyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima yang secara simultan meningkatkan penjualan dalam mendapatkan kredit KUR BRI Jatiuwung cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif). Searah artinya jika pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima tinggi maka penjualan dalam kredit KUR pada BRI Jatiuwung juga tinggi. Korelasi kedua variabel bersifat signifikan karena angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Besarnya angka R Square (r^2) sebesar 0.824, angka tersebut dapat digunakan untuk melihat pengaruh pemberdayaan masyarakat terhadap penjualan dalam mendapatkan kredit KUR Jatiuwung (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa analisis pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima terhadap penjualan dalam mendapatkan kredit KUR BRI Jatiuwung adalah 82,4 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Berdasarkan tabel koefisien dapat dikatakan :

1. Persamaan Regresi
 $Y = 10.660 + 1,517 + 1,229 + e$

Y = 11.633, artinya jika tidak ada pengaruh pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima, maka besarnya peningkatan penjualan dalam mendapatkan kredit KUR adalah 11.633.

X1 = 1,517, artinya jika nilai pengusaha UKM kaki lima ditingkatkan sebesar satu kesatuan, dengan asumsi pengusaha UKM kaki lima konstan, maka peningkatan penjualan dalam mendapatkan kredit KUR bertambah.

X2 = 1,229, artinya jika pemberdayaan masyarakat ditingkatkan sebesar satu kesatuan, dengan asumsi pengusaha UKM kaki lima maka maka peningkatan penjualan dalam mendapatkan kredit UKM pada BRI Jatiuwung bertambah.

2. Hasil uji hipotesis
 F hitung = 63,309, dibandingkan dengan F tabel yang menggunakan taraf kesalahan 5% diperoleh nilai F tabel = 2,042, jadi F hitung > F tabel ($63,309 > 2.042$), maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh antara pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima terhadap peningkatan penjualan dalam mendapatkan kredit KUR pada BRI Jatiuwung
3. Pengusaha UKM kakilima terhadap penjualan dalam mendapatkan kredit KUR

BRI Jatiuwung adalah 82,4 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain .

4. $F_{hitung} = 63,309$, dibandingkan dengan F_{tabel} yang menggunakan taraf kesalahan 5% diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,042$, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($63,309 > 2,042$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara pemberdayaan masyarakat selaku pengusaha UKM kaki lima terhadap penjualan dalam mendapatkan kredit KUR pada BRI Jatiuwung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus. 2007. Kontribusi Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank. Jakarta: Rajawali Pers
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek. Edisi IV (Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Cand, Taswah. 2003. Manajemen Perbankan Konsep Teknik Dan Aplikasi. Yogyakarta: LPPM YKPN.
- Hayani, Iswi. 2010. Restrukturisasi dan Penghapusan Kredit Macet. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Harry. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Penerbit. Jakarta: Linda Karya
- Hasibuan, Malayu S.P. 2011. Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kasmir. 2008. Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. 2012. Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Rajawali Pers
- Ketut Rindjin. 2006. Pengantar Perbankan Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank. Jakarta: Gramedia
- Supranto. 2004. Statistik. edisi revisi. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Siamat, Dahlan. 2005. Manajemen lembaga keuangan kebijakan moneter dan perbankan. Jakarta: Rajawali Pers
- Supramono, Gatot. 2009. Perbankan dan Masalah Kredit. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Veithzal. 2005. Bank Dan *Financial Institution Management*. Jakarta: Rajawali Pers