

# ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT UMKM PASAMAN BARAT TERHADAP PEMANFAATAN KREDIT PROGRAM

Muniaty Aisyah<sup>1</sup>, Asraf<sup>2</sup>, Erdawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> : Doktor dan Dosen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

<sup>2</sup> : Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), Pasaman Simpang Empat

Diterima 17 Juli 2015

Disetujui 28 Agustus 2015

## ABSTRAK

Upaya Pemerintah untuk meningkatkan usaha masyarakat disektor UMKM diwujudkan dalam berbagai program diantaranya program bantuan pendanaan berupa kredit program. Dalam perjalanannya kredit program ini tidak selalu mulus dan masih cukup tinggi kredit macetnya. Penelitian ini mencoba menganalisa perilaku nasabah terhadap kredit program yang mereka nikmati dengan mengimplementasikan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1988). Populasinya adalah penerima kredit program dengan plafond dibawah Rp 15 juta di Pasaman Barat. Sampel ditetapkan sebanyak 108 orang yang dibuat berdasarkan teori Maholtra yaitu sebanyak 4 kali jumlah instrument. Pengukuran variabel dengan instrument yang diukur dengan skala Likert. Analisa dilakukan secara deskriptif untuk melihat tingkat baik atau tidak baiknya masing-masing variabel penelitian dan regresi untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan terikat. Hasil penelitian menunjukkan niat dan perilaku nasabah kredit program masih rendah yang dilihat dari angka TCR. Sedangkan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adalah sikap dan control perilaku yang dipersepsikan yang juga masih masuk kategori rendah. Artinya niat dan perilaku nasabah kredit program yang masih rendah berawal dari sikap dan control perilaku yang rendah. Sedangkan norma subjektif sudah masuk kategori cukup baik namun tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku nasabah. Implikasi hasil penelitian ini adalah agar kredit program dapat berhasil, harus dilakukan peningkatan pembinaan perilaku masyarakat penerima fasilitas kredit program ini melalui pembinaan sikap dan kontrol perilaku baik berupa penyuluhan maupun dengan penerapan hukum yang konsisten sesuai prosedur hukum yang ada.

**Kata kunci** : Sikap, norma subjektif, control perilaku dipersepsikan, niat dan perilaku.

## ABSTRACT

*Government efforts to improve the micro small and medium enterprises manifested in various programs such as financial aid programs like credit program. In the journey of credit program is not always smooth and the loan is still quite high. This study tries to analyze the behavior of credit program customers by implementing the Theory of Planned Behavior of Ajzen (1988). Measurement of variables with the instrument measured by Likert scale. Descriptive analyzes were performed to see whether or not the good level of each variable and regression studies to examine the relationship between the independent variable and dependent variable. The results showed that the intentions and behavior of the credit program customer is still low level. While the variables that influence a positive and significant impact on intentions are attitudes and perceived behavioral control are still categorized as low. That is the intention and the behavior of customers are still low originated from the attitudes and behavior control is low. Whereas subjective norm has been categorized quite good, but no significant effect on intentions and customer behavior. Implications of this research is : To develop the credit program should be improving the behavior, attitudes and perceived behavioral control of the credit program customers.*

**Keywords** : attitude, subjective norm, perceived behavioral control, intention, behavior.

## PENDAHULUAN

Berbagai upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sudah dilakukan sejak lama. Diantara upaya itu adalah program bantuan pendanaan dari bank berupa kredit berbunga rendah yang juga dikenal sebagai kredit program. Kredit program ini dizaman orde baru dikenal dengan KIK dan KMKP yang diperuntukkan untuk mendanai investasi dan modal kerja pengusaha kecil dan menengah. Pada tahun-tahun berikutnya kredit program ini berubah-ubah nama dan fitur. Ada program kredit KUK yang dananya disediakan oleh Bank Indonesia sehingga bank-bank umum hanya berperan sebagai penyalur. Di awal era reformasi, kredit program ini banyak disalurkan dalam berbagai bentuk diantaranya Kredit Usaha Tani (KUT), program kredit bergulir dari beberapa Pemerintah Daerah. Terakhir pemerintah mencanangkan program kredit yang penyalurannya diwajibkan kepada bank umum untuk usaha mikro, kecil dan menengah dikenal dengan KUR yang sumber dananya disediakan oleh bank yang bersangkutan, namun mendapat jaminan dari pemerintah. Semua kredit program ini merupakan kewajiban bank-bank umum yang ditunjuk sebagai penyelenggara yang dibebankan oleh pemerintah dengan target penyaluran tertentu. Kebijakan pemerintah berupa kredit program ini dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan pelaku usaha kecil dan menengah yang kelak diharapkan bisa mandiri dan menyediakan lapangan pekerjaan.

Untuk mendapatkan gambaran fenomena penyaluran kredit disektor UMKM di Sumatera Barat berikut kami kutip laporan Bank Indonesia Sumatera Barat Triwulan III 2014 sebagai berikut : “Ketahanan Sektor UMKM Penyaluran kredit oleh Bank Umum pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kembali tumbuh melambat. Pada triwulan III 2014, penyaluran kredit ke UMKM mencapai Rp14,3triliun atau tumbuh 16,3%, lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya yang tumbuh sebesar 17,0% atau senilai Rp14,2triliun. Pertumbuhan kredit UMKM cukup memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan kredit perbankan, mengingat kontribusinya mencapai 35% dari total kredit bank umum di Sumatera Barat. Tingkat suku bunga yang dirasa cukup tinggi bagi pelaku UMKM menjadi penyebab melambatnya kredit UMKM. Dari sisi

sektoral, kredit UMKM di Sumatera Barat masih didominasi oleh sektor PHR dengan pangsa 60%, kemudian diikuti dengan sektor pertanian sebesar 13%, sektor lainnya sebesar 12%. Perlambatan kredit UMKM di Sumbar ini juga diikuti dengan penurunan kualitas kredit. Hal ini terlihat dengan peningkatan NPL dari 5,6% pada triwulan II 2014 menjadi 5,9% pada triwulan III 2014. Nilai NPL tersebut sudah berada di atas batas aman yang ditetapkan Bank Indonesia sebesar 5%. Tingginya NPL tersebut perlu segera mendapat perhatian perbankan agar tidak mengganggu ketahanan perbankan daerah mengingat pangsa sektor UMKM cukup besar di Sumatera Barat.”

Dari laporan Bank Indonesia diatas dapat dicatat 3 hal yaitu : 1) Pangsa pasar kredit UMKM di Sumatera Barat cukup besar yaitu mencapai 35%, 2) Penyaluran kredit sektor UMKM terjadi perlambatan dibanding triwulan sebelumnya, 2) Kualitas kredit sektor UMKM mengalami penurunan dan berada diatas batas aman ketentuan Bank Indonesia 5% dengan NPL mencapai 5.9% pada triwulan III 2014 yang berarti telah berada diatas batas aman ketentuan Bank Indonesia (5%).

Didalam pebelitian ini, lebih difokuskan pada masyarakat penerima kredit kecil dan mikro dan mengesampingkan pelaku usaha menengah yang sudah banyak mengalami kemajuan. Oleh karena itu responden penelitian ini dibatasi pada nasabah yang menerima kredit Rp 15 juta kebawah karena maksud penelitian ini untuk melihat perilaku masyarakat pelaku usaha kecil dan mikro yang masih memerlukan banyak pembinaan.

Bahwa kredit sektor usaha kecil mengalami kemacetan, sudah sering terjadi sepanjang perjalanan upaya pemerintah membangun sektor usaha ini. Namun tentu saja tidak dapat digeneralisir mengingat cukup sering pula sektor ini menjadi penyelamat dikala kondisi ekonomi nasional mengalami krisis.

Tentang keberhasilan program ini masih banyak menghadapi masalah. Kredit program yang diharapkan bisa bergulir, berputar mendorong pertumbuhan bisnis debiturnya cukup banyak yang berakhir dengan kredit macet. Beberapa kali dilakukan pemutihan yang sudah barang tentu membebani anggaran keuangan negara. Dampak buruk yang timbul akibat langkah pemutihan berkali-kali tersebut telah merusak mentalitas pelaku usaha kecil dan mikro. Muncul semacam anggapan bahwa kredit program pemerintah,

dipandang sebagai bantuan pemerintah yang boleh disis-siakan. Laksana batu dilempar ke laut dalam maka kredit program yang disalurkan ini seringkali tidak kelihatan lagi ujung rimbanya. Cukup besar kredit program berakhir dengan kredit macet. Meski demikian, tidak semua debitur kredit program ini bermental rendah. Cukup banyak juga mereka yang bertanggung jawab dan kredit program dipergunakan sebaik mungkin dan berhasil mendorong pertumbuhan bisnis mereka.

Tentu saja pemerintah atau siapapun juga tidak ingin perjalanan kredit program ini berakhir dengan kredit macet misal karena tujuan hakikinya adalah untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah. Namun tidak tepat pula bila kredit program banyak yang macet dijadikan alasan untuk menghentikannya. Oleh sebab itu, persoalannya adalah bagaimana merubah pola pikir kalangan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah agar mereka lebih bertanggung jawab dengan kredit yang mereka terima.

Penelitian ini mencoba mengungkap bagai mana sesungguhnya perilaku masyarakat pelaku usaha kecil dan mikro terhadap kredit program yang pernah mereka terima. Model penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan Ajzen (1988) yaitu *Theory of Planned Behavior*.

Manfaat penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi berdasarkan riset kepada pemerintah termasuk bank-bank umum pelaksana kredit program dalam rangka pembinaan terhadap masyarakat pelaku UMKM dan memperbaiki pelaksanaan kredit program dimasa yang akan datang sehingga penyaluran kredit ini benar-benar dapat mendorong dan meningkatkan usaha kelompok UMKM di Indonesia. Selain itu diharapkan akan menambah referensi hasil penelitian tentang perilaku dan pembuktian *Theory of Planned Behavior* secara empiris.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat pelaku UMKM yang pernah menerima kredit program di Pasaman Barat dengan plafond dibawah Rp 15 juta, baik yang sedang menikmati kredit itu maupun yang tidak sedang menikmati tapi pernah menerima kredit program tersebut. Pembatasan pada debitur dibawah Rp 15 juta adalah agar penelitian ini lebih focus pada masyarakat ekonomi kecil dan mikro yang masih perlu banyak pembinaan. Karena jumlahnya tidak

diketahui secara pasti maka jumlah sampel ditetapkan berdasarkan teori Maholtra yaitu 4 atau 5 kali jumlah instrumen penelitian. Karena jumlah instrumen sebanyak 26 item maka jumlah sampel adalah  $4 \times 27 = 108$  orang. Responden ditentukan berdasarkan insidental yakni siapa saja nasabah penerima kredit program dengan plafond dibawah Rp 15 juta di Pasaman Barat yang ditemui, dijadikan responden.

## LANDASAN TEORI

Sebagai mana pernah kami kemukakan dalam tulisan kami terdahulu menyangkut landasan teori yang mendukung aplikasi *Theory of Planned Behavior* dalam penelitian kami terdahulu, Asraf (2014), maka pada tulisan kami ini kami kemukakan lagi keterangan-keterangan sebagai berikut :”

### *Theory of Planned Behavior*

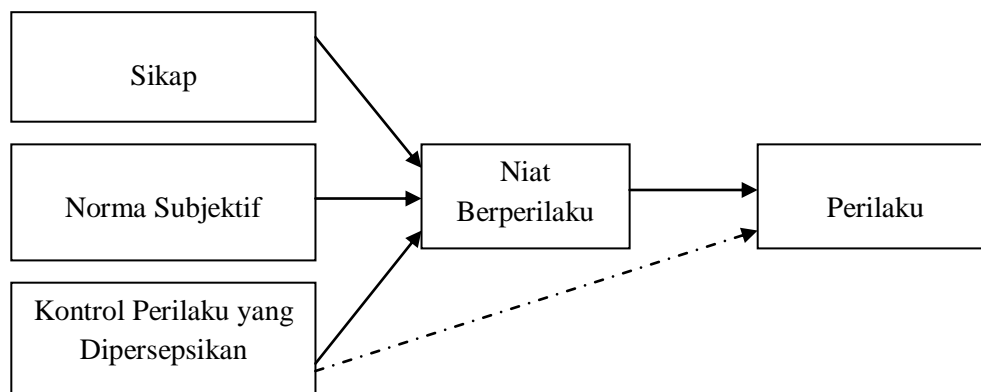
Pada awalnya Ajzen dan Fishbein (1975) memperkenalkan *theory of reasoned action* yang meyakini bahwa manusia pada umumnya menggunakan rasionalitas dan informasi secara sistematis didalam melakukan tindakan. Implikasi atau akibat-akibat dari perilaku akan dipertimbangkan terlebih dulu sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku atau tidak melakukan perilaku. Menurut Eagly & Chaiken, (1993), perilaku ini merupakan sebuah perilaku *volitional*, yaitu perilaku yang dilakukan orang karena mereka telah memutuskan untuk berperilaku. Dalam *theory of reasoned action*, niat (*intention*) merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu determinan internal pribadi dan determinan eksternal atau pengaruh sosial. Determinan internal pribadi atau diri pribadi merupakan sikap seseorang yang melatar belakangi suatu perilakunya. Sedangkan determinan eksternal berupa pengaruh sosial merupakan persepsi seseorang mengenai pengaruh lingkungan sosialnya berkenaan dengan perilakunya apakah akan melakukan suatu perilaku atau tidak melakukannya. Keyakinan atau asumsi lainnya adalah perilaku umumnya secara sadar berada dalam control individu yang bersangkutan. Sedangkan determinan langsung dari perilaku adalah niat atau *intention* dari pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Ajzen (1988) yang mengembangkan *theory of planned behavior* menganggap bahwa teori *theory of reasoned action* belum menjelaskan mengenai perilaku yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya oleh individu yang dianggap sebagai

kekuatan atau sumber daya yang juga dibutuhkan dalam melakukan perilaku. Itulah sebabnya sehingga dalam rangka pengembangan teori sebelumnya Ajzen menambahkan sebuah determinan lagi, yaitu *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan. Determinan ini berkenaan dengan persepsi tentang mudah atau tidaknya suatu perilaku untuk dilakukan. Dengan demikian dalam *theory of planned behavior* niat untuk berperilaku atau *intention* dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap

dan norma subjektif, serta *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1988). Sedangkan determinan langsung dari perilaku, seperti halnya *theory of reasoned action*, adalah niat atau *intention*. Namun demikian menurut Ajzen (1988), *perceived behavioral control* dapat mempengaruhi langsung perilaku tanpa melalui niat. Secara skematis *theory of planned behavior* yang juga dijadikan model dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1 : Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1988)**



### Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Menurut Ajzen (1988) niat merupakan indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan sebuah perilaku. Selanjutnya beliau mengatakan bahwa Niat merupakan faktor motivasional yang memiliki dampak pada perilaku, sehingga orang dapat mengharapkan orang lain berbuat sesuatu berdasarkan intensinya. Ajzen (1988) juga meyakini bahwa niat memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku, oleh karena itu dapat digunakan untuk meramalkan perilaku. Menurut *theory of planned behavior*, niat memiliki 3 determinan atau dipengaruhi 3 variabel, yaitu: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1988). Sehingga teori tersebut dapat diformulasikan dengan rumus sebagai berikut :

$$B \approx BI = w_1 (Ab) + w_2 (SN) + w_3 (PBC)$$

B : perilaku (*behavior*)

BI : niat berperilaku (*behavioral intention*)

$w_1, w_2$  : bobot regresional untuk masing-masing variabel

Ab : sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

SN : norma subjektif (*subjective norms*)

PBC : kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*)

### Sikap

Menurut Kotler (2000) Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa obyek atau gagasan. Memahami bagaimana sikap dibentuk dan bagaimana sikap telah mempengaruhi konsumen merupakan unsur penting bagi suksesnya program pemasaran perusahaan.

Menurut Eagly dan Chaiken (1993) sikap sebagai kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi suatu entitas dalam derajat suka dan tidak suka. Sikap dipandang sebagai sesuatu yang afektif atau evaluatif. Sedangkan menurut Ajzen (1988) sikap merupakan besarnya perasaan positif atau negatif terhadap suatu obyek.

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), sikap ditentukan oleh *belief*, sedangkan *belief* merepresentasikan pengetahuan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, dimana *belief*

menghubungkan suatu objek dengan beberapa atribut. Selanjutnya dikatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu objek sikap dapat diestimasi dengan menjumlahkan hasil kali antara evaluasi terhadap atribut yang diasosiasikan pada objek sikap (*belief evaluation*) dengan probabilitas subyektifnya bahwa suatu objek memiliki atau tidak memiliki atribut tersebut (*behavioral belief*).

Menurut Loudon dan Delbitta (1993), sikap merupakan studi yang sangat penting dalam bidang perilaku konsumen. Empat konsep definisi sikap adalah:

- 1) Sikap adalah sejauh mana perasaan seseorang terhadap suatu obyek: negatif atau positif, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju. Menunjukkan sikap sebagai suatu perasaan atau reaksi penilaian terhadap suatu obyek.
- 2) Sikap sebagai kecenderungan yang dipelajari dalam merespon suatu obyek atau sekelompok obyek dalam bentuk suka atau tidak suka secara konsisten. Definisi ini melibatkan kemampuan seseorang dalam menanggapi suatu obyek.
- 3) Sikap adalah organisasi yang berlangsung terus-menerus dari motivasi, emosi, persepsi dan proses kognisi dalam menangani sejumlah aspek dalam dunia individu.
- 4) Sikap sebagai fungsi kekuatan keyakinan yang dipegang oleh seseorang terhadap bermacam-macam obyek dan evaluasi terhadap keyakinan yang berhubungan dengan obyek tersebut. Definisi ini menunjukkan konsumen memandang suatu produk adalah terdiri dari banyak atribut dan mereka membentuk keyakinan terhadap masing-masing atribut itu.

Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yaitu komponen kognitif (*cognitive*), komponen afektif (*affective*) dan komponen konatif (*conative*) (Loudon dan Dellabita, 1993).

Lebih detail Azwar (1995) mengatakan bahwa Komponen kognitif ini berisi kepercayaan seseorang mengenai obyek sikap. Seseorang mempunyai keyakinan berdasarkan apa yang dilihat atau apa yang diketahui. Dari hal tersebut kemudian akan terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum dari suatu obyek. Sedangkan Komponen afektif ini menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Pada umumnya

reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak ditentukan oleh keyakinan atau apa yang kita percayai sebagai benar bagi obyek yang bersangkutan. Selanjutnya komponen perilaku atau komponen konatif dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan obyek sikap yang dihadapinya. Bagaimana orang akan berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana keyakinan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut.

### **Norma Subyektif**

Menurut Dharmmesta, (1998), norma subyektif sebagai faktor sosial menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan/perilaku. Sedangkan menurut Ajzen (1988), norma subyektif merupakan kepercayaan seseorang mengenai persetujuan orang lain terhadap suatu tindakan. Orang lain tersebut disebut *referent*, dan dapat merupakan orangtua, sahabat, atau orang yang dianggap penting bagi diri seseorang. Fishbein dan Ajzen (1975) menerangkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi norma subyektif: *normative belief*, yaitu keyakinan individu bahwa referent berpikir ia harus atau harus tidak melakukan suatu perilaku dan *motivation to comply*, yaitu motivasi individu untuk memenuhi norma dari *referent* tersebut.

### **Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*perceived behavior control*).**

Ajzen (1988) mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavior control*) merupakan persepsi terhadap mudah atau sulitnya sebuah perilaku dapat dilaksanakan. Variabel ini diasumsikan merefleksikan pengalaman masa lalu, dan mengantisipasi halangan yang mungkin terjadi. Lebih lanjut dikatakan terdapat dua asumsi mengenai kontrol perilaku yang dipersepsikan. Pertama, kontrol perilaku yang dipersepsikan diasumsikan memiliki dampak motivasi terhadap niat berperilaku. Individu yang meyakini bahwa ia tidak memiliki kesempatan untuk berperilaku, tidak akan memiliki niat yang kuat, meskipun ia bersikap positif, dan didukung oleh *referents* (orang-orang di sekitarnya). Kedua, kontrol perilaku yang dipersepsikan memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi perilaku secara langsung, tanpa melalui variabel niat.

## PENELITIAN TERDAHULU DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pembuktian empiris terhadap *Theory of Planned Behavior* sebagaimana dikembangkan Ajzen (1988) telah banyak dilakukan terhadap berbagai kasus. Dinatara hasil penelitian itu dapat diketengahkan disini adalah penelitian dari :

1. Hongwei, at all. (2011), yang mengkaji perilaku konsumen muda Amerika terhadap *Mobile Viral Marketing*, menemukan hasil bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku adalah sikap dan niat. Sedangkan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adalah sikap dan utilitas yang dirasakan, sementara norma subjektif, control perilaku dan persepsi biaya tidak signifikan.
2. Craic S, at all, (2005) yang mengaplikasikan *Theory of Planned Behavior* untuk meneliti keputusan mengkonsumsi makanan dengan kandungan omega 3 di kawasan New South Wales, Australia. Hasil penelitian menemukan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sedangkan norma subjektif dan control beliefs tidak signifikan.
3. Heejin Lim, at. All, (2005), menemukan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui internet.

Tiga buah contoh hasil penelitian empiris dari sekian banyak penelitian yang menerapkan *Theory of Planned Behavior*, terlihat hasil yang bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang dikembangkan Ajzen tidak bersifat universal karena terdapat hasil pembuktian yang berbeda dari berbagai objek penelitian yang dilakukan. Fakta ini sejalan dengan pendapat Uma Sekaran (2009) yang mengatakan bahwa hubungan-hubungan antar variabel tidak bersifat universal dan dapat berbeda pada setiap situasi dan kondisi.

### Hipotesis

- H1 : Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat debitur kredit program di Pasaman Barat untuk menggunakan kredit dengan baik.
- H2 : Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat debitur kredit program di Pasaman Barat untuk

menggunakan kredit dengan baik.

- H3 Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat debitur kredit program di Pasaman Barat untuk menggunakan kredit dengan baik.
- H4 : Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku debitur kredit program di Pasaman Barat untuk menggunakan kredit dengan baik.
- H5 : Niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku debitur kredit program di Pasaman Barat untuk menggunakan kredit dengan baik.
- H6 : Niat memediasi pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan terhadap perilaku debitur kredit program di Pasaman Barat untuk menggunakan kredit dengan baik.

## METODE PENELITIAN

### Objek Penelitian, Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan di Pasaman Barat dengan objek penelitian dan populasinya adalah masyarakat yang pernah menikmati kredit program dengan plafond dibawah Rp 15 juta. Sedangkan sampel ditarik dengan menggunakan teori Maholtra yaitu 4 kali jumlah instrumen penelitian. Jumlah instrumen adalah 27 item sehingga jumlah sampel ditetapkan 108 orang.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini digolongkan dalam dua jenis yaitu :

1. Data primer, yaitu yang diperoleh secara langsung atau data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner langsung kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, diperoleh dengan cara mendapatkan referensi melalui literature buku, artikel ilmiah, hasil penelitian dan sumber-sumber lainnya.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) jenis metode pengumpulan data yaitu penyebaran

kuesioner kepada responden dan observasi langsung.

### Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian adalah 5 buah, yaitu 3 buah variabel independen, 1 buah variabel intervening dan 1 buah variabel dependen. Penempatan Niat Berperilaku sebagai variabel intervening berdasarkan anggapan bahwa meskipun Ajzen (1988) mengatakan bahwa niat memiliki hubungan yang sangat kuat dengan perilaku, namun dalam kenyataannya tidak seluruh niat yang ada pada individu langsung diwujudkan dalam bentuk perilaku. Dengan demikian variabel independen adalah : Sikap ( $X_1$ ), Norma Subjektif ( $X_2$ ), dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan ( $X_3$ ). Variabel intervening adalah Niat (I), Sedangkan variabel dependennya Perilaku (Y).

### Definisi Operasional

Definisi operasional adalah merupakan unsur penelitian yang memberikan informasi bagaimana caranya mengukur sesuatu variabel (Singgarimbun dan Effendi, 1989)

Adapun definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Perilaku.

Definisi operasional variabel ini adalah perilaku menggunakan kredit program dengan baik dan sebagai mana dikemukakan oleh Kasmir (2009) bahwa debitur yang baik memiliki perilaku sebagai berikut :

- a. Tepat waktu dalam membayar kewajiban membayar kembali seperti membayar cicilan tepat waktu sesuai jadwal pembayaran kembali.
- b. Menggunakan fasilitas kredit sebagai mana tujuan pembiayaan yang dicantumkan dalam akad kredit.
- c. Memberikan informasi yang benar tentang usaha dan perkembangan usaha.
- d. Memberikan informasi yang benar tentang penggunaan fasilitas kredit.
- e. Memberikan dokumen-dokumen yang benar termasuk dokumen jaminan kredit.
- f. Jujur dalam memberikan informasi-informasi lainnya yang dibutuhkan bank.

#### 2. Niat berperilaku.

Menurut Ajzen (1988) niat merupakan indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan

mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan sebuah perilaku. Dalam penelitian ini, niat berperilaku adalah niat berperilaku menggunakan kredit program dengan baik.

#### 3. Sikap.

Ajzen (1988) mengatakan bahwa sikap merupakan besarnya perasaan positif atau negatif terhadap suatu obyek. Dalam penelitian ini sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif terhadap penggunaan kredit program dengan baik.. Indikatornya adalah : 1) keyakinan berperilaku yang berakibat konsekuensi (*behavioral belief*), 2) evaluasi konsekuensi (*evaluation of consequences*)

#### 4. Norma Subjektif.

Ajzen (1988), norma subyektif merupakan kepercayaan seseorang mengenai persetujuan orang lain terhadap suatu tindakan. Dalam penelitian ini Norma Subjektif adalah kepercayaan debitur kredit program terhadap persetujuan atau *saran referent*. *Referent* dalam hal ini adalah orang tua, teman, dan orang lain yang dianggap penting bagi dirinya. Indikatornya adalah : 1) keyakinan normatif pada referen (*normative belief*), 2) motivasi mematuhi referen (*motivation to comply*)

#### 5. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan

Ajzen (1988) mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavior control*) merupakan persepsi terhadap mudah atau sulitnya sebuah perilaku dapat dilaksanakan. Sedangkan dalam penelitian ini diartikan sebagai mudah atau tidaknya debitur kredit program untuk menggunakan fasilitas kredit itu dengan baik.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *corrected item-total correlation*. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid bila memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,30 dan sebaliknya (Maholtra,1993). Sedangkan pengukuran reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Maholtra (2002), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

### Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk melihat seberapa baik tingkat capaian variabel-variabel berdasarkan jawaban responden diukur TCR. TCR ini dapat memberikan gambaran bagaimana bobot dari variabel-variabel yang diteliti. Selanjutnya Arikunto (2002) menyatakan bahwa untuk menginterpretasikan nilai TCR dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 1 : Kriteria Penilaian Tingkat Capain Responden (TCR)**

TCR (%)	Variabel dan Keterangan				
	Sikap	Norma Subjektif	Kontrol Prilaku Dipersepsikan	Niat	Perilaku
90-100	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik
80-89	Baik	Baik	Baik	Baik	Baik
65-79	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik
55-64	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
0-54	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik

Sumber: Arikunto (2002) dan disesuaikan oleh Penulis

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan analisa regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang menurut Ghozali (2005) terdiri dari uji normalitas data, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Adapun metode pengujian dilakukan sebagai berikut :

1. Normalitas data diuji dengan metode Kolmogrov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal bila nilai  $asyim\ sig(2\ taled) > 0,05$ .
2. Uji linieritas dengan melihat signifikansi linierity pada ANOVA table. Bila nilai signifikansinya  $< 0,05$  dinyatakan linier.
3. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Variabel independen dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas bila nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ .
4. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot. Bila data menyebar tanpa membentuk pola tertentu dan berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

### Analisa Regresi Berganda, Regresi Sederhana dan Bertingkat

Tehnik perhitungan regresi dilakukan dengan menggunakan model yang dikembangkan Baron dan Kenny (1986) yaitu tehnik analisa regresi bertingkat (*Hierarchical Regression Analysis*). Regresi bertingkat dalam penelitian ini adalah regresi berganda yang dilakukan pengujian secara bertingkat untuk melihat peran variabel intervening. Sedangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan regresi berganda. Peran mediasi dapat terjadi bila :

1. Semua hubungan antar Variabel independen dengan variabel dependen harus signifikan.
2. Semua hubungan antar Variabel independen dengan variabel intervening harus signifikan.
3. Pengaruh variabel intervening harus signifikan terhadap variabel dependen.
4. Sebagaimana dikemukakan Suliyanto (2011:194), Variabel intervening dinyatakan sebagai intervening sempurna, jika setelah dimasukkan variabel I (Intervening), Pengaruh variabel variabel indeviden terhadap variabel dependen yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel intervening) menjadi tidak signifikan setelah dimasukkan variabel intevening ke dalam model persamaan rekresi. Variabel intervening dinyatakan sebagai intervening parsial, setelah dimasukkan variabel intervening, yang tadinya signifikan (sebelum dimasukkan variabel intervening) menjadi tetap signifikan setelah dimasukkan variabel



intervening ke dalam model persamaan regresi, tetapi mengalami penurunan koefesin regresi atau nilai signifikansinya meningkat.

Berdasarkan model penelitian dalam penelitian ini maka rumus persamaannya sebagai berikut:

$$I = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (\text{Model 1})$$

$$Y = a + b_4I + e \quad (\text{Model 2})$$

$$Y = a + b_5X_3 + e \quad (\text{Model 3})$$

$$Y = a + b_6X_3 + b_7I + e \quad (\text{Model 4})$$

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Sikap

X<sub>2</sub> = Norma Subjektif

X<sub>3</sub> = Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC) berdasarkan teori Baron dan Kenny (1986)

I = Niat menggunakan kredit program dengan baik sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya.

Y = Keputusan menggunakan kredit program dengan baik.

e = variabel pengganggu.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* hanya PBC yang berhubungan langsung dengan perilaku.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh atau besarnya kontribusi variabel-variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Yang diukur dari koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dipakai untuk menguji kelayakan model. Model penelitian harus layak berdasarkan pengujian ini agar dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis (uji t).

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Sedangkan untuk menguji peran intervening variabel niat diantara hubungan kontrol perilaku yang dipersepsikan dengan perilaku dilihat berdasarkan teori Baron dan Kenny (1986) sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya.

### HASIL PENELITIAN

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas pada table 1 menunjukkan item- item pernyataan yang valid yang akan digunakan mengukur variabel penelitian. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan semua instrument yang diukur adalah *reliable*.

**Tabel 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Jlh Pernyataan	Tidak Valid	Valid	Cronbach's alpha	Keterangan
Perilaku baik debitur	6	0	6	0,745	Reliable
Niat berperilaku baik	6	0	6	0,844	Reliable
Sikap	6	1	5	0,746	Reliable
Norma Subjektif	6	1	5	0,872	Reliable
KPD	3	0	3	0,805	Reliable

Sumber : Diolah dari data primer (2015)

### Tingkat Capaian Responden (TCR)

Tingkat Capaian Responden (TCR) diperlukan untuk melihat bagaimana bobot variabel yang diteliti. Hasil perhitungan tingkat capaian responden (TCR) atas semua variabel dalam penelitian ini dapat disampaikan sebagai berikut :

**Tabel 3 : Tingkat Capaian Responden (TCR)**

No	Variabel	TCR	Keterangan
1	Sikap (X1)	64%	Tidak Baik

2	Norma Subjektif (X2)	72%	Cukup Baik
3	Kontrol Perilaku Dipersepsikan	62%	Tidak Baik
4	(X3)	64%	Tidak Baik
5	Niat (I)	62%	Tidak Baik
	Perilaku (Y)		

Sumber : Data diolah (2015)

Dari hasil perhitungan TCR diatas terlihat bahwa TCR variabel sikap masuk kategori tidak baik. Artinya sikap para nasabah terhadap kredit program yang disalurkan untuk membantu pelaku UMKM masih rendah dan tidak dapat mendukung akan lahirnya perilaku yang baik terhadap penggunaan kredit program yang mereka terima.

Norma Subjektif memiliki TCR sebesar 72% yang masuk kategori cukup baik. Ini artinya pihak referent telah cukup baik memberikan masukan kepada nasabah kredit program namun apakah nasehat-nasehat dari referent cukup mempengaruhi perilaku baik nasabah masih harus dilihat dari hasil pengujian regresi linier.

Variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan masuk dalam kategori tidak baik. Disini artinya tidak mudah bagi nasabah kredit program untuk mengontrol dirinya sendiri untuk berperilaku tertentu.

Variabel Niat juga masuk kategori tidak baik. Ini artinya niat para nasabah kredit program untuk berperilaku baik sebagai nasabah masih rendah. Begitu pula perilaku yang juga masuk kategori tidak baik, juga menggambarkan bahwa menurut responden, mereka belum memiliki perilaku yang semestinya berkenaan dengan penggunaan fasilitas kredit program.

#### Uji Asumsi Klasik.

Pengujian normalitas data dilakukan secara multivariate dengan metode Kolmogrov-Smirnov dengan bantuan SPSS versi 16. Penentuan normal tidaknya data dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Bila nilainya  $> 0,05$  maka data dinyatakan normal. Dari hasil pengukuran terlihat bahwa nilai

signifikansi sebesar 0,299 ( $> 0,05$ ) sehingga data dinyatakan normal.

Sedangkan uji linieritas yang dilakukan dengan *compare means* melalui bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan semua variabel independen bersifat linier terhadap variabel dependen karena semua nilai linierity menunjukkan angka  $< 0,05$ .

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* menunjukkan  $> 0,10$ . Sedangkan nilai VIF semua menunjukkan  $<$  dari 10. Dengan demikian data menunjukkan terbebas dari masalah multikolinieritas.

Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot berdasarkan bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan data menyebar tanpa membentuk pola yang teratur dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Ini artinya data terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

#### Uji Regresi Linier Berganda, regresi sederhana dan Bertingkat

Pengujian hipotesis sesuai dengan model penelitian ini dilakukan dengan uji regresi linier berganda, regresi linier sederhana dan regresi bertingkat. Pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dipersepsikan secara parsial terhadap niat diuji dengan regresi linier berganda, pengaruh niat terhadap perilaku diuji dengan regresi linier sederhana, sementara pengujian niat sebagai variabel intervening dalam pengaruh control perilaku dipersepsikan terhadap perilaku diuji dengan regresi linier bertingkat. Adapun ringkasan hasil pengujian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4 : Hasil Regresi Berganda**

Variabel	B	Sig.
Konstanta	0,498	0,067

Sikap (X1)	0,443	0,000
Norma Subjektif (X2)	0,168	0,148
Kontrol Perilaku Dipersepsikan (X3)	0,441	0,000

Variabel dependen : Niat  
 Sumber : Data diolah (2015)

Dari hasil pengujian diatas terlihat bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku. Sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku.

Selanjutnya control perilaku dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku.

**Tabel 5 : Hasil Regresi Bertingkat, Uji F dan Koefisien Determinasi**

Variabel	Model 1		Model 2		Model 3	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Konstanta	0,498	0,067	-	-	-	-
Sikap (X1)	0,443	0,000	-	-	-	-
Norma Subjektif (X2)	0,168	0,148	-	-	-	-
Kontrol Perilaku Dipersepsikan (X3)	0,441	0,000	0,767	0,000	0,036	0,502
Niat (I)					0,951	0,000
F	14,041	0,000	19,025	0,000	52,782	0,000
R <sup>2</sup>	0,802 atau 80,2%		0,642 atau 64,2%		0,910 atau 91%	

Sumber : Data diolah (2015)

Keterangan :

1. Model 1 variabel terikatnya adalah Niat.
2. Model 2 variabel terikatnya adalah Perilaku
3. Model 3 variabel terikatnya adalah Perilaku
4. Regresi Linier Bertingkat adalah model 2 dan model 3.

**Analisis Regresi Bertingkat**

Analisis regresi bertingkat (*rierarchical regression*) merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *intervening* terhadap hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Baron dan Kenny, 1986). Tujuan melakukan analisis regresi bertingkat dalam penelitain ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel niat sebagai variabel

*intervening* antara variabel control perilaku yang dipersepsikan (variabel bebas) dengan perilaku (variabel terikat).

Dari hasil pengolahan data melalui regresi bertingkat sebagaimana ditampilkan pada Tabel 3 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 I \text{ (niat)} &= 0,498 + 0,443X_1 + 0,168X_2 + 0,441X_3 + e && \text{Model 1} \\
 Y \text{ (perilaku)} &= 0,765 + 0,767X_4 + e && \text{Model 2} \\
 Y \text{ (perilaku)} &= 0,195 - 0,036X_5 + 0,951(I) + e && \text{Model 3}
 \end{aligned}$$

**PEMBAHASAN**

1. Bila dilihat dari Tingkat Capaian Responden (TCR) pada variabel sikap masih sangat

rendah yaitu hanya 64% atau masuk pada kategori tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sikap para debitur kredit program yang dicanangkan Pemerintah untuk membantu pengusaha UMKM secara umum masih sangat rendah. Sikap serendah ini tidak akan menghasilkan perilaku yang baik bagi para nasabah penerima kredit program. Mereka pada umumnya memandang kredit itu sebagai bentuk bantuan Pemerintah yang tidak akan ketat didalam kewajiban mengembalikannya. Bila dilihat jauh kebelakang, maka kredit-kredit program yang macet ini sering kali diputihkan sehingga mentalitas masyarakat menjadi tidak terdidik. Mereka mengharap suatu saat bila macet pinjaman mereka pada akhirnya juga akan diampuni oleh Pemerintah. Bila dikaitkan dengan hipotesis yang dalam penelitian ini terbukti bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku baik, maka disini jelas terlihat bahwa niat dan perilaku yang masih rendah dari para nasabah kredit program bermula atau dipengaruhi oleh sikap mereka yang memang belum baik. Oleh karena itu agar program pemerintah dalam membantu UMKM dengan berbagai kredit program masih harus terus menerus dilakukan pembinaan dan penerapan hukum yang konsisten bagi mereka yang tidak menggunakan kredit dengan baik sesuai prosedur hukum yang berlaku.

2. Untuk variabel Norma Subjektif terdapat TCR yang cukup baik yaitu 72%. Artinya, para *referent* telah memberikan saran dan anjuran agar masyarakat penerima kredit program hati-hati dalam menggunakan dana kredit. Sudah ada peringatan dari pihak *referent* bahwa kredit program harus dipergunakan sebaik mungkin dan dikembalikan secara tertib. Akan tetapi saran dan masukan ini tidak banyak membantu menyadarkan pada nasabah penerima kredit program agar berperilaku baik dalam menggunakan fasilitas kreditnya. Bila dilihat dari pengujian hipotesis yang hasilnya menunjukkan bahwa Norma Subjektif memang tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku nasabah penerima kredit program. Mereka cenderung tidak mengindahkan segala nasehat dari pihak *referent*. Hal ini sangat dimungkinkan bahwa pengaruh faktor lain masih begitu dominan seperti mentalitas (sikap) yang masih rendah dimana masih rendahnya rasa tanggung jawab pada diri debitur.
3. Variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan dalam penelitian ini memiliki TCR 62% atau masuk kategori tidak baik. Disini artinya tidak mudah bagi nasabah kredit program untuk mengontrol dirinya sendiri untuk berperilaku tertentu. Kontrol diri yang rendah ini masih merupakan masalah yang harus diatasi. Bila dilihat dari pengujian hipotesis memang variabel control perilaku yang dipersepsikan para nasabah kredit member pengaruh yang signifikan bagi niat dan perilaku yang tidak baik dari pada umumnya nasabah penerima kredit program di Pasaman Barat.
4. Variabel Niat juga masuk kategori tidak baik yaitu hanya 64%. Ini artinya niat para nasabah kredit program untuk berperilaku baik sebagai nasabah masih rendah. Begitu pula perilaku yang juga masuk kategori tidak baik yaitu 62%, juga menggambarkan bahwa menurut responden, mereka belum memiliki perilaku yang semestinya berkenaan dengan penggunaan fasilitas kredit program. Dalam penelitian ini faktor niat sangat erat kaitannya dengan perilaku dimana koefisien regresi mencapai 0,951 dan koefisien determinasi 91%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku yang sangat rendah dari para nasabah kredit program ini berawal dari niat yang memang tidak baik.
5. Niat berperan sebagai variabel intervening penuh (*full intervening*) pada pengaruh control perilaku yang dipersepsikan terhadap perilaku. Artinya, faktor niat dapat mengontrol sepenuhnya sehingga melalui niat control perilaku tidak signifikan lagi.

### Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa Pemerintah Indonesia masih memiliki tugas dan tanggung jawab yang berat untuk melakukan berbagai usaha agar penhyelenggaraan kredit program dapat berjalan sebagaimana diharapkan yaitu dapat mengembangkan UMKM sebagai sektor yang sangat penting artinya didalam system perekonomian nasional. Perilaku nasabah kredit program di Pasaman Barat masih sangat rendah sehingga masih merupakan kendala yang besar bagi suksesnya pelaksanaan program ini. Oleh karena itu untuk meningkatkan perilaku masyarakat penerima kredit program menjadi lebih baik, pemerintah harus berupaya memperbaiki sikap mental masyarakatnya terlebih dahulu khususnya tentang pandangan mereka mengenai kredit program. Program pembinaan masih harus

lebih diintensifkan lagi didalam memperbaiki sikap dan meningkatkan control perilaku pada diri masyarakat UMKM sebagai sasaran kredit program.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk berperilaku sehingga niat dan perilaku yang masih sangat rendah dari nasabah-nasabah penerima kredit program berawal dari sikap yang memang belum memadai.
2. Norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku. Disini terlihat bahwa meskipun *referent* telah memberikan nasehat-nasehat yang baik agar nasabah berperilaku baik dalam menggunakan kredit program namun nasehat-nasehat itu belum mampu mempengaruhi niat dan perilaku baik nasabah secara signifikan.
3. Kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat dan perilaku nasabah. Kontrol diri yang masih rendah ini turut memberikan andil bagi niat dan perilaku nasabah yang secara umum masih rendah.
4. Niat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku dengan koefisien regresi yang kuat yaitu sebesar 0,951 dan kontribusi yang besar yaitu 91%. Dengan demikian niat dapat memprediksikan perilaku. Artinya perilaku yang belum baik nasabah kredit program ini diawali oleh niat yang memang belum baik.
5. Niat juga berperan sebagai variabel intervening penuh (*full intervening*) pada pengaruh control perilaku yang dipersepsikan terhadap perilaku. Artinya, faktor niat dapat mengontrol sepenuhnya sehingga melalui niat control perilaku tidak signifikan lagi.

### Saran-saran

1. Agar kredit program yang ditujukan untuk meningkatkan UMKM di Indonesia dapat berhasil, Pemerintah masih harus melakukan pembinaan yang intensif bagi nasabah penerima kredit termasuk penerapan hukum yang konsisten sesuai prosedur hukum yang ada

untuk menindak mereka yang memang memiliki niat dan sengaja berperilaku tidak baik dalam menggunakan kredit program.

2. Agar dilakukan penelitian serupa di berbagai daerah lain agar didapatkan kesimpulan yang lebih luas dan menyeluruh.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan yang juga memasukkan variabel sanksi hukum mengingat Ajzen juga membuka diri untuk menambah variabel lain pada model *theory of planned behavior* yang dikembangkannya sesuai situasi kondisi pada objek penelitian.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pimpinan STIE Yappas, masyarakat penerima kredit program dan semua pihak yang telah membantu terselenggaranya penelitian ini dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2000.** *Manajemen Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta
- Assael, H. 1995.** *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5<sup>th</sup> edition, SouthWestern College Publishing, Cincinnati, OH.
- Baron, R.M. and Kenny, D.A. (1986).** The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1173-1182.
- CERTIF**, Lembaga Sertifikasi Profesi Keuangan Mikro, Jl. Kemang Raya No. 35, Jakarta Selatan - 12730, Indonesia.
- Ghozali, I. 2005.** *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Semarang. Indonesia.
- Hendri Sukotjo dan Sumanto Radiz A (2010),** Analisa Marketing Mix 7P terhadap keputusan pembelian produk klinik kecantikan teta, *jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol 1 No. 2 Surabaya.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008.** *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta ; PT. Indeks.

- Kotler, P. dan G. Armstrong (2001).** *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ed. 9. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip (2000),** *Marketing Management*, The Millenium Edition, New Jersey: Prence-Hall, Inc.
- Kotler, P., Keller, Kevin Lane., (2007).** *Manajemen Pemasaran II edisi duabelas*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2011),** *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, Jakarta : PT. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat, (2003)** *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001).** *Pemasaran*. Buku 1. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta.
- Laporan Bank Indonesia (2013),** *Statistik Bank Indonesia*, Jakarta, [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Liana, Lie (2009),** Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.2*
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A (2008),** *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Maholtra, Naresh K dkk. (2004),** *Marketing Research: An Applied Orientation*, New South Wales : Prentice.
- Morgan, Robert M & Hunt, ShelbyD. 1994.** "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*.
- Kuncoro, M. 2003.** *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga. Jakarta.
- Parasuraman, A. 1997.** "Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value," *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol.25.
- Parasuraman, A,V.A.Zeithami and L.L. Berry. 1988.** " A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*.
- Rezky Purna Satit, Huam Hon Tat, Razli Amran, Thoo Ai Chin and Sukati Inda, 2012,** The Relationship Between Marketing Mix and Customer Decision Making over Travel Agent: An Empirical Study, *International Journal of Academic in Business and Social Sciences*, June 2012, Vol 2 No. 6, Malaysia.
- Rony Ika Setiawan (2010),** Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Pop Mie. *Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 2 No. 2, Blitar.
- Sekaran, Uma. 2006.** *Research Method For Business*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sefnedi (2013),** pengaruh bauran pemasaran jasa pada keputusan mahasiswa memilih pascasarjana UBH Padang, e-jurnal Apresiasi Ekonomi, Sumbar.
- Sepris Yonaldi (2011),** Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Untung Beliung Britama terhadap Keputusan Nasabah memilih Tabungan Britama. Padang: *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 2, Nomor 2*.
- Setyadharma, Adryan (2010),** *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS*, FE-UNS, Semarang.
- Simamora, Hendry, (2003),** *Akutansi basis pengambil keputusan bisnis*, Jakarta, Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan (1989)** *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Singgih Santoso, 2000,** *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Soetojo (2002),** *Dasar-dasar Ilmu Pemasaran*, Jakarta, Pt. Gramedia.
- Stanton, J. William (1996),** *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE
- Singgih Santoso, 2000.** *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiono, 2009.** *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu dan Tani, Handoko. 2002.**

*Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE.*

**Swasta, Basu dan Irawan.** 2003. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta : Lyberty.

**Schiffman G. Leon and Kanuk Laslie Lazar,** 2000, *Perilaku Konsumen, edisi ke tujuh,* Gramedia, Jakarta.

**Sugiyono,** 2007. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung, Alfabeta.

**Sujoko (2007),** Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa warnet, *Jurnal Manajemen Pemasaran,* Surabaya.

**Swastha dan Irawan, 2005,** *Manajemen Pemasaran Modern,* Liberty, Yogyakarta

**Tjiptono, Fandy (2003),** *Strategi Pemasaran,* Yogyakarta, Penerbit Andi.

**Tjiptono, Fandy.** 2002. *Strategi Bisnis.* Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit Andi.

**Tjiptono, Fandy. Chandra, Yanto. Diana, Anastasia.** 2004. *Marketing Scales.* Yogyakarta : Andi

**Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner** (2000), *"Services Marketing,"* Jakarta, Gramedia.