

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU

**AYU LESTARI
A11115308**



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

**AYU LESTARI
A11115308**



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU

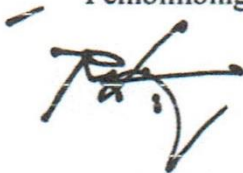
disusun dan diajukan oleh

AYU LESTARI
A11115308

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Makassar, 06 Juni 2022

Pembimbing I



ACC Ujian Skripsi
06/06/2022

Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF.
NIP 19681221 199512 1 001

Pembimbing II



Dr. Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus, SE., M.Si.
NIP 19880113 201504 1 001

Kepala Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Saiful Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM.
NIP 19690413 199403 1 003

SKRIPSI




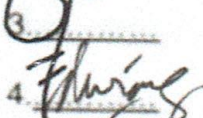
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU

disusun dan diajukan oleh

AYU LESTARI
A11115308

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 17 Juni 2022 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hamrullah, S.E., M.Si., CSF.	Ketua	1. 
2.	Dr. Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus, S.E., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Prof. Dr. Rahmatia, S.E., MA.	Anggota	3. 
4.	Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si., CWM.	Anggota	4. 

Kepala Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Santia Farah, S.E., M.Si., CSF., CWM.
NIP. 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ayu Lestari
NIM : A11115308
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU

Adalah karya ilmiah saya sendiri, dari sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah karya skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 17 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



AYU LESTARI

PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'Alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat-Nya bagi seluruh ciptaan-Nya dan kesejahteraan semoga dilimpahkan Allah Subhanahu wa Ta'ala kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. yang telah membimbing manusia ke arah kebenaran dan kebaikan.

Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Barru” dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) pada Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Penyusunan skripsi ini tak luput dari berbagai rintangan dan hambatan. Akan tetapi, berkat izin Allah Swt., serta bantuan, bimbingan, serta s

aran dan kritik dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Kedua orangtua penulis, Drs. Sulthan Usman dan Suwarni Rasyid yang dengan sabar telah banyakm emberi perhatian, pengertian, kasih sayang, dan do'a yang tulus sehingga penulis

bisa sampai ke titik ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, kekuatan, serta dipanjangkan umurnya.

2. Hayatullah selaku suami penulis dan Ratu Rawallangi selaku anak pertama penulis. Terimakasih telah berbagi kebahagiaan, keikhlasan, dan suka cita selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, S.E., M.Si, CIPM, CWM®, CRA.,CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Ibu Prof. Dr. Mahlia Muis, S.E., M.Si., CWM®. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Ibu Prof. Dr. Haliah, S.E., M.Si. AK., CA., CWM®, CRP., CRA. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan Bapak Dr. Madris, S.E., DPS., M.Si., CWM®. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
4. Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si., CSF., CWM selaku Ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si.,CWM. selaku Sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi.
5. Ibu Indraswati Triabdi Reviane, S.E., MA. selaku penasehat akademik penulis. Terima kasih atas segala nasehat, saran serta motivasi yang diberikan kepada penulis selama menjalani studi di departemen Ilmu Ekonomi.
6. Bapak Dr. Hamrullah, S.E., M.Si., CSF. Selaku pembimbing pertama, Bapak Dr. Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus, S.E., M.Si. Selaku pembimbing kedua, Ibu Prof. Dr. Rahmatia, S.E., MA.

Selaku penguji pertama, dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si., CWM selaku penguji kedua yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dukungan moril, dan motivasi kepada penulis.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menginspirasi dan bersedia membagi ilmunya kepada penulis, terima kasih atas pembelajaran dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan di Departemen Ilmu Ekonomi. Semoga dipanjangkan umur serta diberikan kesehatan, dan semoga ilmu yang telah diberikan menjadi amal jariah di sisi-Nya, karena hanya atas keikhlasan dan ridho Bapak/Ibu dosen insya Allah menjadi berkah bagi perjalanan penulis selanjutnya.
8. Segenap Staff Departemen Ilmu Ekonomi, Pegawai Akademik, Kemahasiswaan dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, terima kasih karena tidak pernah menyulitkan penulis dalam pengurusan administrasi selama masa studi. Semoga urusan Bapak/Ibu juga dimudahkan oleh-Nya.
9. Teman-teman yang penulis anggap sebagai saudara angkatan 2015 (ANTARES), terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman dan seluruh keluarga besar Ilmu Ekonomi yang bernaung dalam "RUMAH MERAH" HIMAJIE.

11. Teman-teman dan seluruh keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.

12. Terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu, yang dengan tulus memberikan motivasi dan do'a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik atas skripsi ini

Akhirul qalam Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 20 Juni 2022

Penulis

ABSTRAK**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BARRU**

Ayu Lestari

Hamrullah

Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Barru. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu permintaan KUR, omset penjualan, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada sebanyak 100 responden dan dianalisis menggunakan model regresi berganda (*Multiple Regression*) pada aplikasi Eviews 9.0. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel omset penjualan dan jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap permintaan KUR di Kabupaten Barru.

Kata Kunci: *Permintaan KUR, Omset Penjualan, Lama Usaha, Jumlah Tenaga Kerja, UMKM.*

ABSTRACT***FACTRS THAT INFLUENCE THE DEMAND OF KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) FR MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) IN BARRU DISTRICT***

Ayu Lestari

Hamrullah

Amanus Khalifah Fil'ardy Yunus

This study aims to determine the factors that influence the demand of Kredit Usaha Rakyat (KUR) for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Barru Regency. The variables used in this study are KUR demand, sales turnover, length of business, and number of workers. This study uses primary data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents and analyzed using the multiple regression model (Multiple Regression) in the Eviews 9.0 application. Based on the results of the analysis, it was found that the variables of sales turnover and the number of workers had a significant effect on the demand for KUR in Barru Regency.

Keywords: KUR Demand, Sales Turnover, Length of Business, Number of Workers, MSMEs.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teoritis	9
2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	9
2.1.1.1 Defenisi Usaha Mikro.....	9
2.1.1.2 Defenisi Usaha Kecil.....	9
2.1.1.3 Defenisi Usaha Menengah.....	10

2.1.2 Kredit Usaha Rakyat (KUR).....	11
2.1.2.1 Defenisi KUR	11
2.1.2.2 Tujuan KUR	13
2.1.3 Hubungan Antar Variabel dengan Permintaan KUR UMKM	14
2.1.3.1 Hubungan Omset Penjualan dengan Permintaan KUR UMKM 14	14
2.1.3.2 Hubungan Lama Usaha dengan Permintaan KUR UMKM	15
2.1.3.3 Hubungan Jumlah Tenaga Kerja dengan Permintaan KUR UMKM	17
2.1.4 Jenis Usaha Ritel	19
2.1.4.1 Defenisi Usaha Ritel	19
2.1.4.2 Klasifikasi dan Jenis-Jenis Usaha Ritel	19
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Kerangka Pikir.....	25
2.3 Hipotesis Penelitian	26
BAB III Metodologi Penelitian	28
3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Metode Analisis Data.....	31
3.5 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1.1 Kondisi Geografis	35

4.1.2 Kondisi Demografis	36
4.2 Gambaran Umum Responden.....	36
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	37
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	42
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pengambilan KUR	45
4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	48
4.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Omset Penjualan	51
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Regresi Linear Berganda	54
4.3.2 Uji t	56
4.3.3 Uji F	57
4.3.4 Uji Determinasi (R^2)	57
4.4 Pembahasan	58
4.4.1 Pengaruh Omset penjualan terhadap Permintaan KUR	58
4.4.2 Pengaruh Lama Usaha terhadap Permintaan KUR	59
4.4.3 Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja terhadap Permintaan KUR	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Lama Usaha	43
Tabel 4.5 Pengaruh Lama Usaha Terhadap Permintaan KUR	45
Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Pengambilan KUR	45
Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	48
Tabel 4.8 Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Permintaan KUR	51
Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Omset Penjualan	50
Tabel 4.10 Pengaruh Omset Penjualan Terhadap Permintaan KUR	54
Tabel 4.11 Tabel Hasil Regresi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Hasil Estimasi Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Data Variabel	69
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	72
Lampiran 6 Biodata	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Posisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Selain itu, sejarah mencatat bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi benteng pertahanan ekonomi negara saat krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 yang diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS dan krisis moneter yang berdampak pada perekonomian Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi, jumlah UMKM tidak berkurang justru terus meningkat pertumbuhannya, bahkan mampu menyerap delapan puluh lima juta hingga seratus tujuh juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Sejak saat itu UMKM menduduki posisi penting dalam benteng pertahanan perekonomian Indonesia, UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan dalam rangka perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia (Tedjasukmana, 2014).

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan yang

memenuhi kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Selain itu undang-undang No. 20 tahun 2008 tersebut pada pasal 3 juga menyebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Hal tersebut juga menjadi bukti bahwa pemerintah sangat mendukung keberadaan UMKM, hal itu terbukti dengan perkembangan UMKM yang meningkat dari tahun ke tahun (Mulyawati, 2016).

Perkembangan UMKM di Indonesia ini tercatat pada dinas Kementrian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2020 yang terdata adalah sebanyak 64,1 juta. Perkembangan ini menjadi bukti bahwa UMKM memiliki sifat yang fleksibel, yaitu setiap kalangan memiliki peluang yang sama dalam mengembangkan UMKM karena memulai UMKM bisa dengan modal yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, menggunakan teknologi yang sederhana, serta tidak dibatasi oleh bidang usaha tertentu, baik dagang, jasa, dan manufaktur lainnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga tidak memiliki batasan usia, ini terbukti dengan banyaknya pelaku UMKM di bawah usia 20 tahun. Selain dapat memengaruhi pengembangan sektor yang lain, salah satu sektor yang terpengaruh dari pertumbuhan UMKM adalah sektor jasa perbankan, sebab

hampir 30% usaha UMKM menggunakan modal operasional dari perbankan (Hamza, 2019).

Namun pesatnya perkembangan UMKM saat ini tidak menutup adanya kendala yang terjadi, terdapat tiga kendala pokok yang umumnya dihadapi oleh UMKM, pertama, mengenai sumber daya manusia itu sendiri. Terkait kemampuan mengelola suatu usaha. Kedua, masih kurangnya inovasi dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi terbaru yang berdampak langsung terhadap pemasaran usahanya. Ketiga, masalah klasik yang banyak menjadi penyebab UMKM gulung tikar yakni masalah yang berkaitan dengan pemodalannya (Mulyawati, 2016).

Secara garis besar meskipun pemerintah menyadari dampak positif dan sumbangsih dari UMKM, namun sektor ini masih belum berkembang secara maksimal. Permasalahan yang dihadapi dari UMKM dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dari sisi internal dan eksternal UMKM itu sendiri. Dari sisi internal faktor penghambat adalah terbatasnya permodalan, sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, sedangkan dari sisi eksternal, faktor penghambat adalah iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana, implikasi otonomi daerah, sifat produk dengan *lifetime* pendek, terbatasnya akses pasar dan implikasi perdagangan bebas (Susilo, 2012).

Berdasarkan hal tersebut, pemerintah mendukung penuh UMKM. Bukti komitmen pemerintah diantaranya ditunjukkan

melalui program pembiayaan yang khusus ditujukan pada UMKM. Dalam menangani masalah pemodalan yang dihadapi UMKM tersebut, pemerintah turut andil di dalamnya sejak tahun 1974, dimulai dengan hadirnya Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP). Antara tahun 1990-2000, Bank Indonesia mendanai berbagai kredit program dengan Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu Kredit Usaha Tani (KUT), Kredit Pemilikan Rumah Sederhana /Sedang (KPRS/S), dan Kredit Usaha Kecil dan Mikro yang disalurkan melalui koperasi dan pengkreditan rakyat (Mulyawati, 2016). Dari segala dampak positif yang ditimbulkan oleh perkembangan UMKM di Indonesia ini menyadarkan banyak pihak untuk memberikan banyak porsi terhadap pengembangan UMKM termasuk akses permodalan. Tercantum peraturan mengenai perluasan pendanaan dan fasilitas oleh perbankan dan lembaga jasa keuangan non-bank (LPPI dan BI, 2015).

Sektor perbankan memiliki kedudukan sentral terhadap perkembangan perekonomian suatu negara. Hal ini tidak lepas dari peran strategis bank sebagai lembaga intermediasi. Peran tersebut ditegaskan dalam Pasal 3 undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-undang No. 10 Tahun 1998 (selanjutnya disebut dengan UU Perbankan) yang menyatakan fungsi utama perbankan Indonesia sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Salah satunya dengan penyaluran

kredit kepada pelaku usaha termasuk UMKM (Putra, 2020).

Hingga November 2007 pemerintah bekerjasama dengan berbagai Bank di Indonesia untuk menyalurkan pinjaman modal bagi pelaku UMKM. Adapun program yang dimaksud dalam hal ini adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang merupakan tindak lanjut dari instruksi Presiden (Inpres) No. 6 Tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Koperasi (Suginam, 2021).

Sebelumnya kredit usaha rakyat yang mengalir kepada pelaku UMKM ini menghadapi beberapa kendala yaitu sulitnya akses salah satunya adalah karena ketatnya persyaratan dalam kredit, termasuk yang berkaitan dengan jaminan. Dulu analisis kredit mengutamakan jaminan dengan tujuan menjamin kredit yang bermasalah atau resiko kredit, oleh karena itu banyak pelaku UMKM yang memilih mencari sumber dana lain selain bank yang persyaratannya jauh lebih mudah. Namun hal tersebut tidak lagi terjadi saat ini, persyaratan permintaan KUR dipermudah karena pada dasarnya tujuan kredit tersebut untuk memudahkan sektor UMKM untuk mendapatkan pinjaman agar usahanya dapat berkembang dengan baik (Erlinda, 2014).

Dalam proses permintaan KUR, pelaku UMKM tidak hanya berdasar dari jumlah modal yang dibutuhkannya untuk pengembangan usaha. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab. Misalnya saja, faktor omset penjualan. Berkembangnya suatu usaha dapat dilihat dari bertumbuh atau tidaknya omset

penjualan yang dimiliki. Semakin bertumbuh omset penjualan, artinya usaha sedang berkembang. Pengembangan usaha inilah yang membutuhkan modal tambahan yang dapat diambil berasal dari layanan KUR (Sujarweni, 2015).

Selanjutnya adalah faktor aktor lama usaha. Lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Semakin lama pelaku UMKM menjalani usahanya maka semakin beragam kebutuhan untuk meningkatkan usaha tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan juga modal yang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih besar, serta sebagai peningkatan produktivitas (Lestari, 2020).

Bisa juga dari faktor jumlah tenaga kerja, aspek tenaga kerja sangat erat kaitannya dengan UMKM. Sektor UMKM didominasi oleh sektor padat karya atau *home industry* dan perannya terhadap ekspor. Di Indonesia, jumlah tenaga kerja berpendidikan rendah sedangkan sumber daya alam yang melimpah, serta capital yang terbatas sangat erat kaitannya dengan sifat umum UMKM. UMKM membutuhkan tenaga kerja sebagai sumber daya manusia yang mengolah bahan baku menjadi barang siap jual, berlaku pula dengan sumber daya yang menawarkan dari segi jasa ataupun kerja-kerja operasional lain. Berkembangnya suatu usaha dapat dilihat salah satunya dari jumlah tenaga kerja yang digunakan. Semakin luas pengembangan suatu usaha maka akan membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak lagi, dalam artian membutuhkan modal yang lebih

banyak pula (Sujarweni, 2015).

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa omset penjualan, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja memengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam melakukan permintaan kredit. Pada penelitian ini peneliti mengkhususkan meneliti UMKM yang bergerak dibidang ritel, karena Kabupaten Barru yang dipilih sebagai lokaasi penelitian memiliki ciri khas yang unik dibandingkan dengan kabupaten lainnya yaitu tidak terdapat swalayan *franchise* yang menjamur di mana-mana. Hal tersebut penulis tuangkan dalam penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Barru.”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh omset penjualan terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru?
2. Bagaimana pengaruh lama usaha terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru?
3. Bagaimana pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh omset penjualan terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru.

2. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru.
3. Untuk mengetahui pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap permintaan KUR oleh pengusaha UMKM di Kabupaten Barru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis sendiri dan pembaca dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan KUR oleh UMKM.
2. Dapat menambah pemahaman UMKM dalam memilih sumber tambahan modal.
3. Dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak perbankan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1.1 Defenisi Usaha Mikro

Defenisi Usaha Mikro berdasarkan yang tercantum pada Bab 1 pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang ini, yaitu asset maksimal Rp 50.000.000-, dan penjualan mencapai Rp 300.000.000-,. Usaha mikro merupakan usaha yang dikelola oleh individu atau keluarga atau beberapa orang yang belum memiliki izin usaha secara lengkap. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa usaha mikro adalah usaha yang dikelola perorangan atau beberapa orang yang tidak memiliki izin usaha dan hasil penjualan mencapai angka Rp 300.000.000-./tahun (Rama, 2020).

2.1.1.2 Definisi Usaha Kecil

Definisi Usaha Kecil berdasarkan yang tercantum pada Bab 1 pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 mendefenisikan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil

atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana diatur dalam undang-undang ini (Khudaefah, 2018).

Sedangkan usaha kecil yang benar-benar kecil dan mikro dapat dikelompokkan atas pengertian (Hubeis, 2009) :

1. Usaha kecil mandiri, yaitu tanpa menggunakan tenaga kerja lain;
2. Usaha kecil yang menggunakan tenaga kerja anggota keluarga sendiri;
3. Usaha kecil yang memiliki tenaga kerja upahan yang tetap.

Usaha kecil dengan kategori yang dimaksud di atas adalah yang sering dipandang sebagai usaha yang banyak menghadapi kesulitan, terutama yang terkait dengan lemahnya kemampuan menejerial, teknologi, dan permodalan yang terbatas, SDM, pemasaran, dan mutu produk. Faktor eksternal dalam usaha kecil merupakan hambatan yang sulit diatasi, yaitu struktur pasar yang kurang sehat dan berkembangnya perusahaan-perusahaan asing yang menghasilkan produk sejenis untuk segmen pasar yang sama. UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi 50 orang (Sugiri, 2020). Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha kecil adalah usaha yang bukan merupakan anak atau cabang suatu usaha dan laba pertahun Rp 50.000.000-, - Rp 500.000.000-, usaha ini dapat dikatakan usaha mandiri karena tenaga kerja anggota keluarga sendiri.

2.1.1.3 Definisi Usaha Menengah

Definisi Usaha Menengah pada Bab 1 pasal 1 UU No. 20 tahun 2008 yaitu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang

atau jasa untuk diperniagakan secara komersil dan mempunyai omset penjualan-penjualan lebih dari 1 (satu) miliar. Dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang (Khudaefah, 2018). Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa definisi dari usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersil dan mempunyai omset penjualan penjualan lebih dari 1 (satu) miliar, dengan jumlah tenaga kerja 5 hingga 99 orang.

2.1.2 Kredit Usaha Rakyat (KUR)

2.1.2.1 Definisi Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah skema kredit atau pembiayaan khusus yang diperuntungkan bagi UMKM dan koperasi yang usahanya layak, namun tidak mempunyai agunan yang cukup

sesuai persyaratan yang ditetapkan perbankan. Berdasarkan Pasal 1 butir 2 Peraturan Menteri keuangan No.135/PMK.05/2008 tentang fasilitas Penjaminan KUR, KUR adalah Kredit/Pembiayaan kepada UMKM dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk suatu usaha produktif (Utami, 2019). KUR adalah kredit/pembiayaan kepada UMKM dalam bentuk Kredit Modal Kerja (KMK) dan atau Kredit Investasi (KI). Kredit modal kerja adalah kredit yang ditujukan untuk penggunaan pembiayaan kebutuhan dunia usaha akan modal kerja berupa penyediaan bahan baku, penyediaan produk akhir, dan penyediaan barang dalam proses produksi. Adapun KI, yaitu kredit yang ditujukan untuk penggunaan pembiayaan sebagai modal tetap, yaitu peralatan produksi, gedung, dan mesin-mesin, juga untuk membiayai rehabilitas dan ekspansi relokasi proyek atau pendirian proyek baru (Pratama, 2019).

KUR adalah kredit atau pembiayaan modal kerja dan atau investasi kepada debitur individu atau perorangan, badan usaha dan atau kelompok usaha yang produktif dan layak. Namun pelaku usaha yang dimasuk belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup (kur.ekon.go.id). Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik simpulan tterkait KUR, yaitu sebuah kredit atau pembiayaan kepada UMKM dalam bentuk modal dan investasi, yang usahanya layak namun tidak memiliki cukup agunan.

2.1.2.2 Tujuan KUR

Tujuan KUR adalah untuk: (1) Meningkatkan perekonomian, dengan KUR maka pelaku UMKM akan mengembangkan usahanya dengan begitu pula perekonomian negara akan meningkat; (2) Pengentasan kemiskinan, dengan adanya KUR ancaman kebangkrutan UMKM akan berkurang, maka kemiskinan akan teratasi; (3) Penyerapan tenaga kerja, UMKM menggunakan KUR dalam mengembangkan usahanya maka saat usaha berkembang UMKM tersebut akan menyerap lebih banyak tenaga kerja. Menurut Peraturan Kementrian Keuangan Pasal 1 butir 2 bahwa tujuan KUR adalah dalam rangka meningkatkan akses UMKM terhadap sumber pembiayaan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Mulyawati, 2016)

Tujuan KUR yang dijelaskan di atas adalah untuk meningkatkan sektor riil dan memberdayakan UMKM, kebijakan pengembangan dan pemberdayaan UMKM mencakup: (a) Peningkatan akses pada sumber pembiayaan, dengan memberikan penjaminan kredit bagi UMKM melalui KUR; (b) Pengembangan kewirausahaan, dengan adanya KUR para pelaku wirausaha akan dengan mudah memperoleh kredit pinjaman dalam mengembangkan usahanya; (c) Peningkatan pasar produk UMKM, yaitu dengan kredit yang nantinya didapatkan maka kemampuannya dalam meningkatkan pasar produk akan lebih mudah; (d) Reformasi regulasi UMKM,

adalah perubahan drastis untuk perbaikan ekonomi dalam masyarakat atau negara.

2.1.3 Hubungan Antar Variabel dengan KUR UMKM

2.1.3.1 Hubungan Omset Penjualan dengan KUR UMKM

Defenisi omset penjualan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah jumlah hasil penjualan. Dengan kata lain omset penjualan adalah total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan selama periode penjualan tertentu. Sedangkan penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya (Muntafiah, 2020). Selain itu penjualan juga merupakan proses ketika penjual atau produsen suatu barang ataupun jasa memberi kepuasan terhadap kebutuhan pembeli atau konsumen demi terciptanya kesepakatan bersama agar dapat menguntungkan kedua belah pihak baik pembeli maupun penjual (Winardi, 1991).

Omset penjualan dapat menggambarkan kondisi usaha serta dapat menggambarkan kemampuan debitur dalam membayar beban cicilan kredit. Hal tersebut sesuai dengan prinsip *capacity* yang digunakan dalam analisis kredit. Oleh karena itu, pelaku UMKM yang hendak mengajukan permintaan kredit perlu memperhatikan variabel omset penjualan, (Lubis dan Rachmina, 2011). Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan

merupakan kegiatan menawarkan atau memasarkan barang ataupun jasa kepada konsumen yang nantinya akan membayar sejumlah biaya yang telah disepakati. Sejumlah biaya inilah disebut omset penjualan. Omset penjualan menjadi salah satu faktor penentu disetujuinya permintaan kredit atau tidak oleh penyedia layanan kredit. Semakin tinggi omset penjualan maka semakin tinggi pula kesempatan untuk mendapatkan nominal kredit yang lebih besar.

2.1.3.2 Hubungan Lama Usaha dengan KUR UMKM

Lama usaha adalah waktu yang telah dilalui oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya dalam hal ini menggunakan satuan tahun. Lama usaha yaitu ukuran mengenai lama waktu atau masa kerja yang telah dan sedang ditempuh oleh pengusaha. Lama usaha dapat berpengaruh terhadap kemampuan profesionalnya, semakin lama seseorang menekuni bidang usahanya akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang kondisi pasar yang sedang dihadapinya. Hal ini menyangkut selera ataupun perilaku konsumen. Lama usaha juga berpengaruh terhadap banyaknya relasi usaha ataupun pelanggan yang dijangkau. Selain itu, semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka akan semakin terampil melakukan pekerjaan dan semakin baik pula pola berpikir dan keputusan yang diambil untuk lebih meningkatkan omset penjualannya (Arjuna, 2018).

Lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Semakin lama pelaku

UMKM menjalani usahanya maka semakin beragamlah kebutuhan untuk meningkatkan usaha tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan juga modal yang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih besar, serta peningkatan produktivitas. Modal yang dibutuhkan bisa berasal salah satunya dari layanan KUR (Lestari, 2020).

Waktu yang dijalani oleh pelaku UMKM ini berbanding lurus dengan pengalaman yang didapatkan. Pengalaman inilah yang mampu memengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku ataupun mengambil keputusan. Seseorang yang berkerja lebih lama akan memiliki strategi khusus ataupun cara tersendiri dalam berdagang, karena memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menekuni usahanya (Poniwati, 2018).

Sejalan dengan itu, lamanya usaha juga berbanding lurus dengan lama pembukuan usaha yang dapat memengaruhi omset penjualan selanjutnya memengaruhi produktivitasnya dalam menjalankan usahanya. Lama usaha ini menjadi salah satu dasar permintaan kur oleh pelaku UMKM. Lama waktu usaha bisa menjadi salah satu dasar penentuan besaran modal yang dibutuhkan dan nantinya disetujui oleh penyedia kredit (Sukirno, 2006).

Dapat ditarik kesimpulan, bahwa semakin lama seseorang menjalankan usahanya maka akan meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan usaha. Pengembangan usaha membutuhkan modal yang lebih besar lagi. Pengembangan usaha yang baik dapat meningkatkan omset penjualan. Omset penjualan yang meningkat

dapat meningkatkan kepercayaan pihak pemberi layanan kredit, dalam hal ini kredit usaha rakyat untuk memberikan nominal kredit yang lebih besar lagi.

2.1.3.3 Hubungan Jumlah Tenaga Kerja dengan KUR UMKM

Menurut Undang-Undang NO. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Pada UU No. 25 tahun 1997 mendefinisikan tenaga kerja adalah penduduk usia 15 tahun atau lebih, sedangkan pada undang-undang terbaru tentang ketenagakerjaan yaitu UU No. 13 tahun 2013 tidak memberikan batasan umur dalam defenisi tanaga kerja, namun pada undang-undang itu pula terdapat larangan mempekerjakan anak-anak. Anak-anak menurut Undang-undang No. 25 tahun 1997 tentang ketenagakerjaan adalah orang laki-laki atau wanita yang berumur kurang dari 15 tahun (Wahjono, 2021). Tenaga kerja mencakup penduduk yang sedang bekerja yang mencari pekerjaan dan melakukan kegiatan seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Pencari kerja yaitu penduduk yang sedang menempuh pendidikan maupun penduduk yang mengurus rumah tangga walaupun tidak bekerja, tetapi secara fisik ia mampu dan sewaktu-waktu dapat bekerja dalam proses produksi menghasilkan barang ataupun jasa (Simanjuntak, 1988).

Selain itu tenaga kerja juga merupakan orang yang melakukan kegiatan dan menggunakan peralatan dengan teknologi dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa yang bernilai ekonomi. Tenaga kerja dibutuhkan untuk melakukan perubahan dari bahan baku menjadi barang jadi yang bernilai ekonomi. Pada umumnya usaha kecil membutuhkan tenaga kerja yang relatif sedikit dibanding usaha besar yang membutuhkan tenaga kerja yang relatif lebih banyak (Herawati, 2008).

Lebih lanjut, tenaga kerja adalah semua orang yang dikategorikan bisa atau sanggup bekerja. Pengertian tenaga kerja ini mencakup mereka yang bertujuan bekerja untuk menghidupi diri sendiri ataupun anggota keluarga lainnya. Juga termasuk di dalamnya mereka yang menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja (Sumarsono, 2003).

Produktivitas dan keterampilan tenaga kerja sangat dibutuhkan dalam pengembangan usaha, namun tenaga kerja juga membutuhkan upah ataupun imbalan sesuai dengan hasil kerja demi meningkatkan semangat kerja dan kualitas produksi maupun kuantitas produk atau jasa yang dihasilkan. Semakin banyak jumlah tenaga kerja yang digunakan, berbanding lurus dengan biaya upah atau imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja. Hal tersebut menjadi faktor yang memengaruhi suatu usaha membutuhkan modal usaha besar ataupun kecil demi pengembangan usahanya.

2.1.4. Jenis Usaha Ritel

2.1.4.1 Defenisi Usaha Ritel

Usaha ritel merupakan istilah yang kini lebih populer dibanding kata dengan pengertian yang sama yaitu perdagangan eceran, usaha eceran, atau perdagangan ritel. Dengan demikian pemakaian kata-kata tersebut dapat saling menggantikan satu dengan yang lain. Usaha eceran (retailing) meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan usaha. Yang dimaksud pribadi disini bukan hanya satu orang pembeli itu saja, tetapi juga mencakup orang-orang terdekatnya yang ikut menikmati sesuatu yang dibelinya (Kotler, 2014)

Kata retail dalam kaitannya dengan retail management sebagai *those business activities involved in the sale of goods and services to consumers for their personal, family, or household use* atau keseluruhan aktivitas usaha yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga, atau rumah tangganya (Kotler, 2014).

2.1.4.2 Klasifikasi dan Jenis-jenis Usaha Ritel

Usaha ritel atau perdagangan eceran dapat diperinci dalam beberapa klasifikasi berdasarkan ukuran, kepemilikan, operasional, dan sebagainya. Klasifikasi yang relatif mudah adalah membagi usaha ritel menjadi dua kelompok besar, yaitu perdagangan eceran besar dan perdagangan eceran kecil. Termasuk dalam ritel besar adalah

specialty store, *department store*, supermarket, *discount house*, hypermarket, *general store* dan *chain store*. Ritel kecil terbagi menjadi perdagangan eceran berpangkalan dan perdagangan eceran tidak berpangkalan. Perdagangan eceran berpangkalan kemudian dibagi lagi menjadi berpangkalan tetap (misalnya kios, depot, warung), berpangkalan tidak tetap (misalnya pedagang kaki lima, pasar sore), dan, pakai alat (roda dorong, pedati, alat pikul) (Sopiah dan Syihabudhin, 2008).

Perdagangan eceran terbagi menjadi pengecer toko (*store retailing*), penjualan eceran tanpa toko (*non store retailing*), dan berbagai organisasi eceran (*retail organizations*).

1. Pengecer Toko (*Store Retailing*), jenis-jenisnya adalah:

a.) Toko Khusus (*Specialty Stores*), yaitu toko yang menjual lini produk yang sempit dengan ragam yang lebih banyak dalam lini tersebut. Contoh: toko pakaian, toko alat-alat olahraga, toko buku, dan sebagainya.

b.) Toko Serba Ada (*Department Stores*), yaitu toko yang menjual berbagai lini produk dan tiap lini beroperasi sebagai suatu departemen tersendiri yang dikelola oleh pembeli atau pedagang khusus.

c.) Pasar Swalayan (*Supermarkets*), yaitu toko dengan operasi yang relatif besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume tinggi, swalayan, dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen.

d.) Toko Kelontong (*Convenient Stores*), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak di daerah permukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual lini produk convenience yang terbatas dan tingkat perputaran tinggi.

e.) Toko Diskon (*Discount Stores*), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume yang lebih tinggi.

f.) Pengecer Potongan Harga (*Off-price Retailers*), yaitu toko yang membeli pada harga yang lebih rendah daripada harga grosir dan menetapkan harga pada konsumen lebih rendah daripada harga eceran

g.) Toko Super (*Superstores*), yaitu toko yang rata-rata memiliki ruang jual 35.000 kaki persegi dan bertujuan memenuhi semua kebutuhan konsumen untuk produk makanan yang dibeli rutin maupun bukan makanan.

h.) Ruang Pamer Katalog (*Catalog Showrooms*), yaitu toko yang menjual banyak pilihan produk bermerek, markup tinggi, perputaran cepat, dengan harga diskon, dimana pelanggan memesan barang dari katalog diruang pamer, lalu mengambil barang tersebut dari suatu area pengambilan barang di toko.

2. Penjualan Eceran Tanpa Toko (*Nonstore Retailing*), jenis-jenisnya adalah:

a.) Penjualan Langsung (*Direct Selling*), perusahaan melakukan penjualan dari rumah-ke-rumah, kantor-ke-kantor, atau pesta-pesta rumahan.

b.) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), mencakup berbagai cara untuk menjangkau orang, termasuk pemasaran lewat telepon (telemarketing), pemasaran tanggapan langsung lewat televisi (program home shopping dan infomercials), dan belanja elektronik.

c.) Penjualan Otomatis (*Automatic vending*), menggunakan mesin penjual yang ditempatkan di pabrik-pabrik, kantor, toko eceran besar, hotel, restoran, dan lain-lain, dengan menawarkan keunggulan penjualan 24 jam, swalayan, dan barang dagangan tanpa penanganan.

d.) Jasa Pembelian (*Buying service*), melayani konsumen khusus yang menjadi anggota jasa pembelian untuk dihubungkan dengan pengecer terpilih yang telah setuju memberikan diskon dan pengecer nantinya membayar sedikit komisi pada jasa pembelian

3. Organisasi Eceran (*Retail Organizations*), jenis-jenisnya adalah:

a.) Jaringan Toko Korporat (*Corporate chain stores*), merupakan dua toko atau lebih yang dimiliki dan dikendalikan secara bersama-sama, melakukan pembelian dan perdagangan yang terpusat, serta menjual lini produk yang sejenis.

b.) Jaringan Sukarela (*Voluntary chain*), terdiri dari suatu kelompok pengecer independen yang didukung oleh suatu

pedagang besar, yang melakukan pembelian secara borongan dan menjual barang dagangan yang sama.

c.) Koperasi Pengecer (*Retailer cooperative*), terdiri dari pengecer- pengecer independen yang membentuk suatu organisasi pembelian terpusat dan melakukan promosi bersama.

d.) Koperasi Konsumen (*Consumer cooperative*), suatu perusahaan eceran yang dimiliki oleh para pelanggannya.

e.) Organisasi Waralaba (*Franchise Organization*), asosiasi kontraktual antara pemberi waralaba (franchiser, yaitu produsen, pedagang besar, atau organisasi jasa) dengan penerima waralaba (franchisee, yaitu usahawan independen yang membeli hak untuk memiliki dan mengoperasikan satu atau beberapa unit dalam sistem waralaba).

d.) Konglomerat Perdagangan (*Merchandising Conglomerate*), perusahaan yang bentuknya bebas yang menggabungkan beberapa lini dan bentuk pengeceran dalam kepemilikan terpusat, yang juga menyatukan fungsi distribusi dan manajemen.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) dengan judul penelitian “Peran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Jateng terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kabupaten Boyolali” yang ditinjau dari ongkos produksi, omset penjualan, keuntungan, dan jumlah jam kerja dari usaha mikro kecil antara sebelum dan sesudah

menerima kredit usaha rakyat dari Bank Jateng Cabang Boyolali. Obyek penelitian ini adalah nasabah Bank Jateng Cabang Boyolali yang menerima KUR. Pada penelitian tersebut ada hubungan signifikan antara omset penjualan dan jumlah jam kerja dengan permintaan KUR.

Penelitian kedua dilakukan oleh Jaya (2018) dengan judul penelitian “Analisis pengaruh Kredit Usaha Rakyat terhadap Nilai Produksi Usaha Mikro Kecil di Kota Metro”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh KUR, lokasi usaha, dan lama usaha terhadap nilai produksi usaha mikro kecil. Objek penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menerima KUR di PT. BRI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro. Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan variabel dummy untuk mengetahui pengaruh antara variabel KUR, lokasi usaha, lama usaha. Berdasarkan hasil perhitungan secara statistik KUR, hasil penelitian tersebut yaitu lokasi usaha dan lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap nilai produksi usaha mikro kecil dan Industri.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Lubis dan Rachmina (2011) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang Memengaruhi Realisasi dan Pengembalian Kredit Usaha Rakyat”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi realisasi KUR dan faktor-faktor yang memengaruhi pengembalian KUR KUPEDAS. Objek penelitian ini adalah nasabah bank BRI Cabang Bogor. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi

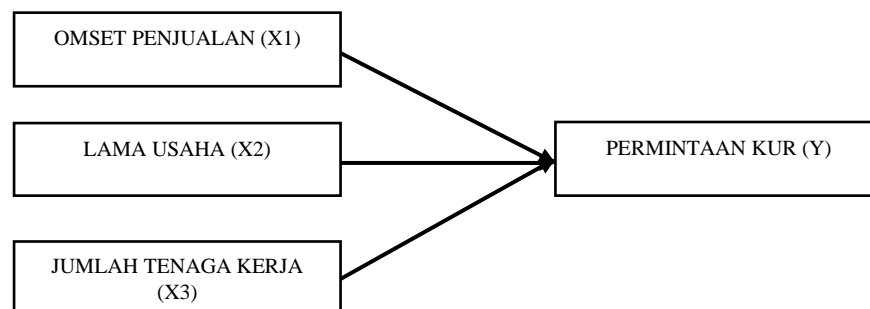
berganda dan analisis logit. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh usia debitur, jenis kelamin, jumlah tanggungan keluarga, omset penjualan, jenis usaha, lama usaha, jumlah kredit yang diajukan, frekuensi peminjaman kredit, dan nilai agunana terhadap pengembalian KUR. Berdasarkan hasil perhitungan secara statistik faktor-faktor yang berpengaruh signifikan adalah jenis kelamin, kewajiban per bulan, jangka waktu pengembalian, dan tingkat pendidikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah adanya kesamaan variabel yaitu lama usaha dan omset penjualan terhadap permintaan KUR. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut berfokus pada pengembalian KUR sedangkan penelitian ini berfokus pada permintaan KUR.

2. 2 Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori di atas serta hasil penelitian terdahulu, maka penulis memiliki kerangka pikir meliputi variabel dependen dan variabel independen. Variabel-variabel independen adalah omset penjualan, lama usaha, dan jumlah tenaga kerja pelaku UMKM. Sedangkan variabel dependen adalah permintaan KUR.

Modal merupakan faktor penting dalam pengembangan UMKM, dalam hal ini modal yang dimaksud adalah bantuan dari penyedia layanan kredit, yaitu kredit usaha rakyat. Faktor yang dapat memengaruhi permintaan kur adalah omset penjualan, karena dengan kondisi omset penjualan yang bagus maka akan meningkatkan pula kepercayaan penyedia

layanan kredit untuk memberikan kredit kepada pengusaha UMKM. Selain itu, lama usaha juga menjadi salah satu faktornya. Dalam persyaratan permintaan KUR pengusaha harus telah menjalani usahanya minimal 6 bulan lamanya. Semakin lama suatu usaha dianggap semakin terampil dan omset penjualan semakin meningkat. Faktor lain juga dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja, semakin berkembang usaha seseorang pada umumnya juga membutuhkan sumber daya manusia yang lebih banyak lagi, hal ini untuk memudahkan proses produksi dalam usahanya oleh karena itu membutuhkan tambahan modal yang lebih banyak lagi. Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalannya penelitian terhadap permasalahan yang akan dibahas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan, kajian pustaka dan kerangka penelitian, maka hipotesis yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Diduga omset penjualan UMKM berpengaruh positif terhadap permintaan KUR di Kabupaten Barru.
2. Diduga lama usaha berpengaruh positif terhadap permintaan KUR di Kabupaten Barru
3. Diduga jumlah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap permintaan KUR di Kabupaten Barru.