

Preferensi UMKM Pedagang Pasar Tradisional Curug Agung Baru terhadap Sumber Permodalan Lembaga Keuangan di Kecamatan Padalarang

Preference of Middle and Micro Business Merchants at Curug Agung Baru Traditional Market in Kecamatan Padalarang

¹Asri Suci Paramita ²Atih Rochaeti ³Meidy Haviz

^{1,2,3} Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹asparamitaaa@gmail.com, ²ardariah.68@gmail.com, ³meidyhaviz@gmail.com

Abstract. Financial institution facilitates to help and develop UMKM business in getting capital venture. Majority of UMKM merchants have capital difficulty in developing their venture. This research aims to determine preference of Curug Agung Baru market merchant in selecting capital resource from financial institution and what variables significant to decide preference of market merchant in selecting capital resources from financial institution. This research executed at Curug Agung Baru market in Kecamatan Padalarang. The research uses quantitative approachment involving 75 respondent. Data analysis technic used is Logistic Biner Regression Analysis with independent variables of education, income, rate interest of loans and speed process of loan liquefaction. Research showed that 75% of Curug Agung Baru market merchant preferred to choose capital resource from Bank as financial institution dan 25 % prefers non bank financial institution as their capital resource. Variables which determine preference of Curug Agung Baru market merchants in selecting capital resources from bank as financial institution are income, rate interest of loan, and speed process of loan liquefaction. Income variable has high probability in determining preference of market merchants in selecting capital resource from bank as financial institution. Improvement of income would increases probability of market merchants to utilize capital resource in bank as financial institution.

Keywords : Preference, Merchants, Capital Resource, Financial Institution.

Abstrak. Lembaga keuangan dapat menjadi sarana untuk membantu mengembangkan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dalam mendapatkan modal usaha. Mayoritas pedagang UMKM dalam mengembangkan sebuah usahanya seringkali terkendala oleh modal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan dan variabel apa yang signifikan menentukan preferensi pedagang pasar dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan. Penelitian ini dilakukan di Pasar Curug Agung Baru di Kecamatan Padalarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 75 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner, dimana variabel independen meliputi Pendidikan, Pendapatan, Tingkat Bunga Pinjaman dan Kecepatan Proses Pencairan Pinjaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang Pasar Curug Agung Baru 75 persen lebih memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank dan 25 persen yang memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bukan Bank. Variabel-variabel yang dapat menentukan preferensi pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank adalah pendapatan, tingkat bunga pinjaman dan kecepatan proses pencairan pinjaman. Variabel pendapatan memiliki probabilitas yang tinggi dalam menentukan preferensi pedagang pasar dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank. Dengan adanya kenaikan pendapatan maka akan meningkatkan probabilitas pedagang pasar menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank.

Kata kunci: Preferensi, Pedagang, Sumber Modal, Lembaga Keuangan

A. Pendahuluan

Lembaga Keuangan merupakan lembaga perantara yang beroperasi di bidang keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat. Menurut Susilo (2000, Lembaga Keuangan, mempunyai peran yang penting bagi aktivitas perekonomian. Peran strategis Lembaga Keuangan sebagai wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Lembaga Keuangan sebagai prasarana pendukung yang amat vital untuk menunjang kelancaran perekonomian. Lembaga Keuangan dapat menjadi sarana untuk membantu mengembangkan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dalam mendapatkan modal usaha.

Menurut Malano (2011:168), kebanyakan usaha yang tergolong dalam UMKM adalah usaha mikro, yang termasuk di antaranya adalah pedagang pasar tradisional, pedagang kaki lima (PKL), usaha-usaha yang dibentuk kaum petani di pedesaan, dan para nelayan.

Masyarakat Indonesia pada umumnya melakukan kegiatan perdagangan di Pasar Tradisional. Seperti halnya juga di Kecamatan Padalarang terdapat Pasar Tradisional Curug Agung Baru. Mayoritas pedagang UMKM dalam mengembangkan sebuah usahanya seringkali terkendala oleh modal. Pedagang menggunakan modal untuk usahanya ini baik dari modal sendiri, maupun modal yang berasal dari pinjaman yang diberikan Lembaga Keuangan. Lembaga Keuangan terdiri dari berbagai macam, yaitu Lembaga Keuangan Bank (LKB) dan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) baik konvensional maupun syariah. Macam-macam Lembaga Keuangan ini akan membuat para pedagang akan memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam menentukan pilihannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi para Pedagang Pasar Curug Agung Baru sebagai konsumen terhadap Sumber Permodalan Lembaga Keuangan?
2. Variabel apa yang menentukan preferensi para Pedagang Pasar Curug Agung Baru terhadap Sumber Permodalan Lembaga Keuangan?
Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
3. Untuk mengetahui preferensi para pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam menggunakan Sumber pembiayaan Lembaga Keuangan.
4. Untuk mengetahui variabel yang menentukan preferensi para Pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam menggunakan Sumber Permodalan Lembaga Keuangan.

B. Landasan Teori

Pada dasarnya, teori preferensi terkait dengan perilaku konsumen. Menurut Engel et al (1995) dalam Simamora (2002:12), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Peter dan Olsen dalam (Rienaldo, 2012) menyatakan ada tiga sifat dari perilaku konsumen, antara lain:

1. Perilaku konsumen adalah sesuatu yang dinamis. Hal tersebut disebabkan karena pikiran, perasaan, dan tindakan konsumen juga terus menerus mengalami perubahan.
2. Perilaku konsumen melibatkan interaksi. Interaksi ini terjadi antara pikiran,

perasaan, tindakan, dan lingkungan konsumen.

3. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran. Pertukaran yang dimaksud di sini adalah orang akan memberikan sesuatu yang berharga bagi orang lain dan menerima timbal balik dari pemberian tersebut.

Dalam ilmu ekonomi, dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif pilihan produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan mereka (Simamora, 2008).

Teori pilihan dalam ilmu ekonomi dimulai dengan menjelaskan preferensi (pilihan) seseorang. Menurut Kotler (2000) dalam (Aisyah, 2013), preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide. Sedangkan menurut Nicholson (2002:57), preferensi ini meliputi pilihan dari yang sederhana sampai yang kompleks, untuk menunjukkan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang ia lakukan. Tetapi, setiap orang tidak bebas dalam melakukan segala sesuatu yang diinginkan, mereka akan terkendala oleh waktu, pendapatan, dan banyak faktor lain dalam menentukan pilihannya.

Setiap konsumen bertujuan memaksimalkan tingkat kepuasan yang ia peroleh dari sejumlah pengeluaran tertentu. Untuk keperluan tersebut setiap unit konsumen dianggap dapat membuat urutan-urutan (*rank*) dari semua komoditi yang ada. Setiap konsumen harus dapat membedakan jenis mana yang lebih dipilih, jenis mana yang lebih tidak dipilih dan jenis mana yang sama saja relatif dibandingkan dengan jenis-jenis komoditi yang lain. Dengan kata lain, setiap konsumen harus dapat menentukan daftar urutan preferensi (*order of preferences*) komoditi yang ada. Di dalam membuat daftar urutan preferensi ini syarat-syarat berikut harus dipenuhi (Rahayu, 2015):

1. Untuk setiap dua jenis komoditi, misalnya A dan B. Bila A memberi kepuasan yang lebih besar dibandingkan B, maka A harus dipilih (*A is preferred to B*), dan begitupun sebaliknya. Bila antara A dan B memberi kepuasan yang sama, maka konsumen dapat memilih A atau B (*A and B are indifferent*).
2. Bila A harus dipilih dibanding B, sedangkan B harus dipilih dibanding C, maka A harus dipilih dibanding C. Jadi dalam menentukan preferensi, berlaku hubungan yang bersifat transitif.
3. Bila jenis komoditi A terdiri dari unsur-unsur yang sama dengan B, sedangkan untuk setiap unsurnya jenis A lebih besar dari B (*A is strictly larger than A*), maka A harus dipilih dibanding B. Tetapi bila sebagian unsur-unsur saja yang lebih kecil atau sama, maka tidak dapat dikatakan begitu saja bahwa A harus dipilih dibanding B.

Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis penentuan pilihan konsumen ini ada 3, yaitu Pendekatan Utilitas (*Utility Approach*), Pendekatan Kurva Indiferens (*Indifference Curve*) dan Pendekatan Atribut (*Attribute Approach*), (Arsyad, 2014). Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Atribut.

Menurut Arsyad (2014), Pendekatan Atribut ini didasarkan pada asumsi bahwa perhatian konsumen bukan terhadap produk secara fisik, melainkan lebih ditujukan kepada atribut pokok yang bersangkutan. Pendekatan ini menggunakan analisis utilitas yang digabungkan dengan analisis kurva indiferens. Atribut suatu barang merupakan semua jasa yang dihasilkan dari penggunaan dan atau kepemilikan barang tersebut.

Sebagai contoh, atribut sebuah mobil di antaranya meliputi jasa pengangkutan,

prestise, privacy, keamanan, kenyamanan dan sebagainya.

Teori preferensi tersebut dapat berlaku pada barang ataupun jasa. Salah satu jasa yang banyak dibutuhkan dalam kegiatan sehari-hari adalah jasa lembaga keuangan, tentu dengan adanya beberapa modifikasi. Preferensi terhadap jasa Lembaga Keuangan dalam penelitian ini adalah keinginan atau kecenderungan pedagang untuk memilih sumber permodalan.

Secara umum Lembaga Keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua bentuk, yaitu Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank. Di dalam Lembaga Keuangan Bank terdapat Bank Konvensional dan Bank Syariah, sedangkan dalam Lembaga Keuangan Bukan Bank diantaranya adalah Lembaga Keuangan Mikro Konvensional dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Susilo, 2000).

Preferensi masyarakat dalam memilih akses pembiayaan sangat bervariasi, karena setiap individu mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam pilihannya. Variabel-variabel yang diduga menentukan preferensi masyarakat dalam memilih Lembaga Keuangan dapat dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan, tingkat bunga pinjaman dan proses pencairan pinjaman.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu pedagang Pasar Curug Agung Baru sebanyak 75 orang responden yang pernah atau sedang menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan, diketahui bahwa dari 75 responden terdapat 75% yaitu 56 orang pedagang yang pernah atau sedang menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank dan 25% yaitu 19 orang pedagang yang pernah atau sedang menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bukan Bank. Dapat disimpulkan bahwa pedagang Pasar Curug Agung Baru lebih banyak memilih lembaga keuangan bank dalam memenuhi sumber permodalan.

Analisis Regresi Logistik Biner yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yakni pendidikan (X_1), pendapatan (X_2), tingkat bunga pinjaman (X_3) dan proses kecepatan pencairan pinjaman (X_4) terhadap variabel dependen yaitu preferensi keputusan penggunaan Lembaga Keuangan Bank atau Lembaga Keuangan Bukan Bank. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Logit (Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan Pedagang Pasar Gedong Lima Baru dalam Memilih Penggunaan Sumber Modal di Lembaga Keuangan)

Variabel	Coefficient	Prob.	Odd Ratio
Pendidikan (X_1)	-1.748854	0,2671	0.174
Pendapatan (X_2)	2.028998	0,0016	7.606
Bunga (X_3)	2.187811	0,1237	8.916
Kecepatan pencairan (X_4)	3.047447	0,0497	21.052

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa variabel

independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen dalam penelitian ini. Dengan kata lain, variabel pendapatan, tingkat bunga pinjaman dan kecepatan pencairan pinjaman berpengaruh signifikan terhadap preferensi pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan. Meskipun variabel pendidikan tidak signifikan, tidak berarti variabel pendidikan tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap preferensi pedagang pasar dalam menentukan sumber permodalan di Lembaga Keuangan.

Selanjutnya untuk analisis variabel independen yang menentukan variabel dependen dapat dijelaskan dengan mencari probabilitas dari koefisien yang dihasilkan, untuk menghitung besarnya probabilitas tersebut menggunakan *odd ratio* yang diperoleh dari masing-masing koefisien variabel independen. Berdasarkan Tabel 1. telah diketahui nilai *odd ratio* dari masing-masing variabel independen. Adapun interpretasi dari nilai *odd ratio* tersebut sebagai berikut:

1. Variabel Pendidikan (X_1), tidak signifikan dikarenakan memiliki tingkat keyakinan yang rendah, sehingga saat diinterpretasikan menjadi tidak logis. Walaupun variabel pendidikan tidak signifikan dalam penelitian ini, namun dalam hasil temuan di lapangan variabel pendidikan signifikan terhadap preferensi pedagang pasar dalam menentukan sumber permodalan di Lembaga Keuangan. Hal tersebut dapat dilihat dari lebih banyaknya pedagang pasar yang berpendidikan terakhir setingkat SMA atau lebih tinggi yang memilih sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank.
2. Variabel Pendapatan (X_2), mempunyai nilai *odd ratio* sebesar 7,606 yang berarti bahwa setiap ada kenaikan pendapatan sebesar Satu Juta Rupiah maka probabilitas pedagang pasar menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank bertambah sebesar 7,606 kali.
3. Variabel Tingkat Bunga Pinjaman (X_3), mempunyai nilai *odd ratio* sebesar 8.916 yang berarti bahwa probabilitas dari pedagang pasar yang memilih menggunakan sumber modal di Lembaga Keuangan Bank dengan tingkat bunga pinjaman yang rendah, 8.916 kali lebih besar daripada probabilitas pedagang pasar yang menggunakan sumber permodalan dengan tingkat bunga pinjaman yang tinggi di Lembaga Keuangan Bank.
4. Variabel Proses Pencairan Pinjaman (X_4), mempunyai nilai *odd ratio* sebesar 21.052 yang berarti bahwa probabilitas dari pedagang pasar yang memilih menggunakan sumber modal di Lembaga Keuangan Bank dengan proses pencairan pinjaman tergolong cepat, 21.052 kali lebih besar daripada probabilitas pedagang pasar dengan proses pencairan pinjaman tergolong lama di Lembaga Keuangan Bank.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Curug Agung Baru mayoritas memilih menggunakan sumber permodalan untuk mengembangkan usahanya di Lembaga Keuangan Bank. Sebanyak 56 responden (75%) pedagang pasar yang cenderung memilih menggunakan modal usaha yang berasal dari Lembaga Keuangan Bank, sedangkan 19 responden (25%) pedagang pasar dalam memilih Lembaga Keuangan Bukan Bank.
2. Variabel penentu preferensi pedagang Pasar Curug Agung Baru dalam

menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank adalah pendapatan, tingkat bunga pinjaman dan proses pencairan pinjaman. Variabel pendapatan memiliki probabilitas tertinggi sebesar 0,0016 dibandingkan dengan variabel lainnya dan memiliki *odd ratio* 7.606, dimana setiap ada kenaikan pendapatan sebesar Satu Juta Rupiah maka probabilitas pedagang pasar menggunakan sumber permodalan di Lembaga Keuangan Bank bertambah sebesar 7,606 kali. Sementara variabel pendidikan merupakan variabel yang tidak signifikan karena memiliki probabilitas yang rendah yaitu 0,2671.

Daftar Pustaka

- Aisyah, S. (2013). *Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang dalam Memilih Akses Pembiayaan*.
- Arsyad, L. (2014). *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Malano, H. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nicholson, W. (2002). *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, Y. (2015). *Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Akad Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Bandung*.
- Rienaldo, Y. (2012). *Preferensi Terhadap Merek pada Konsumen dalam Pembelian Smartphone (Penelitian terhadap KONsumen Pengguna Apple Iphone, RIM Blackberry, dan Smartphone Berbasis Google Ndroid)*. 14.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Susilo, Y. S., Triandaru, S., & Santoso, A. T. (2000). *Bank & Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.