

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Singkat Pasar

a. Sejarah Pasar Runting Pati

Pasar Runting Pati sudah ada pada zaman penjajahan Belanda. Pasar ini ada dan jadi dengan sendirinya oleh masyarakat sekitar yang menjualkan barang dagangan disana dan jadilah Pasar Runting. Pasar ini sudah direnovasi sebanyak 3 kali dari awal berdirinya. Pada awalnya pasar Runting adalah pasar milik desa, lalu pada masa orde baru di tarik menjadi milik Pemda. Dan pada tahun 2013 kembali menjadi milik desa.

Pasar Runting Pati merupakan pasar tradisional yang berada di Kota Pati. Pasar ini berada di Desa Tambaharjo Kecamatan Pati Kabupaten Pati tepatnya di Jl. Raya Pati-Tayu km. 4 Pati dengan luas kurang lebih 10.000m². Letak pasar yang dipinggir jalan raya ini yang membuatnya strategis. Karena aksenya yang mudah dijangkau dan mudah ditemukan. Meskipun tidak cukup luas, akan tetapi pasar ini tergolong cukup ramai, karena posisinya yang berada di pinggir jalan raya. Waktu operasional pasar runting ini yaitu dari pukul 03.00 – 12.00 WIB.

Terdapat berbagai ragam penjual di Pasar Runting ini dari yang dahulu hanya berawal puluhan pedagang, sekarang jumlah pedagang di Pasar Runting ini mencapai 256 pedagang. Meskipun hanya setengah hari, namun banyak pedagang dengan berbagai jenis dagang di sana. Mulai dari pedagang sayur, gerabah, sembako, ikan, ayam, daging, peralatan dapur, bumbu dapur, sampai dengan pedagang jajanan pasar banyak disana.¹

¹ Suwaji, wawancara oleh peneliti, 19 Maret 2023, wawancara 1, transkrip.

b. Struktur Kepengurusan Pasar Runting Pati

1) Jumlah karyawan

Ketua Pengurus : 1 orang
 Staf : 3 orang
 Jumlah : 4 orang

2) Data struktur kepengurusan

Kepala Pasar : Suwaji
 Pemungut Retribusi : Karno
 Kebersihan : Suwardi
 : Sumirah

3) Tugas – tugas pengurus pasar

i. Tugas kepala pasar

- Memimpin dan mengkoordinir stafnya dan memberikan pengarahan dalam pelaksanaan tugas.
- Memiliki tanggung jawab terhadap semua kegiatan yang terdapat di pasar.

ii. Tugas pemungut retribusi

- Memungut atau menarik uang retribusi dari pedagang.
- Bertanggung jawab atas uang retribusi pasar.

iii. Tugas staf kebersihan

- Membersihkan dan menjaga kebersihan pasar.
- Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian pasar.

c. Pedagang dan Jenis Dagang

1) Jumlah Pedagang

Tabel 4.1
Data Pedagang dan Jenis Dagang

Jenis Dagang	Banyak Pedagang	Jenis Dagang	Banyak Pedagang
Ikan Basah	45	Ayam	18
Sayur	30	Daging	7
Buah	22	Bumbu dapur	18
Gerabah	11	Baju	19
Kelapa	10	Jajanan pasar	25
Warung makan	4	Toko sembako	47

Sumber: Dokumentasi Pasar Runting Pati

Dari tabel diatas, dapat diketahui jika pedagang di Pasar Runting Pati ini sangat beragam. Mulai dari pedagang sayur, ikan, daging, bumbu, ayam, baju, kelapa, sembako, sampai jajanan pasar. Sedangkan, untuk barang dagangan, pedagang biasanya mengambil dari Pati sendiri, sampai luar kota. Seperti halnya pedagang ikan, biasanya mengambil dari TPI Juana, Sayur yang diambil dari Purwodadi dan Sukolilo, pedagang ayam potong yang mengambil dagangannya dari peternak kota Pati sendiri, dan lain-lain. Jumlah pedagang yang terdata oleh pemerintah Desa Tambaharjo Pati ini berjumlah kurang lebih 256 pedagang. Akan tetapi masih banyak pedagang di pinggiran pasar yang menjual dagangannya yang tidak terdata oleh pemerintah desa.

2) Asal Pedagang

- Pati
- Tlogowungu
- Juwama
- Jekulo
- Sukolilo
- Trangkil

d. Permasalahan Pasar Runting Pati

Permasalahan dipasar Runting Pati ini meliputi masalah dalam segi ekonomi, sosial, dan fasilitas fisik bangunan pasar diantaranya yaitu:

- 1) Persaingan pasar di masyarakat yang semakin ketat, hal itu di tandai dengan adanya pasar modern di pinggir jalan raya. Seperti halnya Indomart, Alfamart, dan Swalayan lainnya. Banyak masyarakat sekarang yang lebih memilih berbelanja di Swalayan yang bersih dan tertata rapi dari pada di pasar yang kurang bersih atau kumuh. Dengan adanya swalayan-swalayan modern ini mengakibatkan pendapatan para pedagang pasar menurun.
- 2) Atap pasar yang terbuat dari seng galvalum dan tidak terlalu tinggi membuat suhu didalam pasar menjadi panas. Serta saat hujanpun sebagian tanahnya menjadi becek, terutama pada lapak ikan.

Sehingga aromanya agak bau dan menyengat. Selain itu minimnya lahan parkir, membuat konsumen pasar memarkir motornya di bahu jalan raya.

- 3) Pemahaman pedagang dan konsumen akan tata tertib atau peraturan pasar yang masih rendah. Selain itu lokasi dagang yang berada di pinggir jalan desa, membuat kendaraan-kendaraan harus pelan-pelan khususnya kendaraan roda empat. Agar tidak mengenai dagangan yang berada di pinggir jalan. Hal itu juga yang seringkali membuat kemacetan di jalan itu.²

2. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian melalui tanggapan responden pada lembar kuesioner yang disebar. Dalam penelitian ini dipilih 72 responden dari populasi sebanyak 256 pedagang yang ada di Pasar Runtung Pati. Berikut adalah beberapa gambaran responden dalam penelitian ini:

a. Usia Responden

Berikut adalah data usia responden pedagang Pasar Runtung Pati dalam penelitian ini pada tabel dibawah:

Tabel 4.2
Gambaran Responden Berdasarkan Usia

N0.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	25 – 35 Tahun	12	16,66 %
2.	36 – 46 Tahun	38	52,77 %
3.	47 – 57 Tahun	19	26,38 %
4.	> 57 Tahun	3	4,16 %
Total		72	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2023

² Suwaji, wawancara oleh penulis, 19 Maret 2023, wawancara 1, transkrip.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pedagang yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan usia 25-35 tahun berjumlah 12 orang atau 16,66%, 36-46 tahun 38 orang atau 52,77%, 47-57 tahun 19 orang atau 26,38% , dan yang lebih dari 57 tahun berjumlah 3 orang atau 4,16%. Sehingga menunjukkan jika responden berdasarkan usia paling banyak yaitu berkisar 36 – 46 tahun, yaitu dengan jumlah 38 orang atau 52,77 %. Lalu usia 47 – 57 tahun yang berjumlah 19 orang atau 26,38 %.

b. Jenis Kelamin

Berikut adalah data jenis kelamin responden pedagang Pasar Runting Pati dalam penelitian ini pada tabel dibawah:

Tabel 4.3
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki – laki	16	22,22 %
2.	Perempuan	56	77,78 %
	Total	72	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2023

Berdasarkan keterangan dari tabel diatas, dapat diketahui jika jumlah pedagang yang menjadi responden dalam penelitian ini terbanyak yaitu didominasi oleh perempuan dengan jumlah 56 orang atau 77,78 %. Sedangkan laki-laki hanya 16 orang atau 22,22 %. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Runting ini adalah perempuan.

c. Jenis Dagang

Berikut adalah data jenis dagang responden pedagang Pasar Runting Pati dalam penelitian ini pada tabel dibawah:

Tabel 4.4
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Dagang

No.	Jenis Dagang	Jumlah	Presentase	No.	Jenis Dagang	Jumlah	Presentase
1.	Ikan	11	15,27 %	7.	Ayam	8	11,11 %
2.	Sayur	11	15,27 %	8.	Daging	3	4,16 %
3.	Buah	4	5,55 %	9.	Bumbu	5	6,94 %
4.	Gerabah	5	6,94 %	10.	Jajanan	6	8,33 %
5.	Kelapa	3	4,16 %	11.	Baju	4	5,55 %
6.	Warung	2	2,77 %	12.	Sembako	10	13,88 %
Total Jumlah		72					
Total Presentase		100 %					

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pedagang Pasar Runting Pati yang menjadi responden dalam penelitian ini meliputi 12 jenis dagang yang di perdagangkan di pasar. Sedangkan responden dengan jenis dagang ikan dan sayur menjadi yang paling banyak dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 11 orang atau 15,27 %. Di ikuti dengan responden pedagang sembako 10 orang atau 13,88%, dan pedagang ayam 8 orang atau 11,11%.

Pedagang di Pasar Runting Pati ini sangat beragam. Mulai dari pedagang sayur, ikan, daging, bumbu, ayam, baju, kelapa, sembako, sampai jajanan pasar. Sedangkan, untuk barang dagangan, pedagang biasanya mengambil dari Pati sendiri, sampai luar kota. Seperti halnya pedagang ikan, biasanya mengambil dari TPI Juana, Sayur yang diambil dari Purwodadi dan Sukolilo, pedagang ayam potong yang mengambil dagangannya dari peternak kota Pati sendiri, dan lain-lain.

d. Pendapatan

Berikut adalah data pendapatan responden pedagang Pasar Runting Pati dalam penelitian ini pada tabel dibawah:

Tabel 4.5
Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1.	1 – 3 Juta	31	43,05 %
2.	2 – 5 Juta	32	44,44 %
3.	5 – 7 Juta	9	12,50 %
4	> 7 Juta	0	0 %
Total		72	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2023

Dari tabel diatas, dapat diketahui jika pedagang Pasar Runting Pati yang menjadi responden dengan pendapatan 1-3 juta berjumlah 31 orang, 2-5 juta berjumlah 32 orang, 5-7 juta 9 orang, dan yang lebih dari 7 juta tidak ada. Sehingga rata-rata pendapatan responden pada penelitian ini paling banyak yaitu 2 – 5 Juta dengan total 32 orang atau 44,44 %, lalu 1 – 3 Juta dengan jumlah 31 orang atau 43,05 %, dan 5 – 7 Juta yaitu sebanyak 12,50 %. Dan dapat diketahui juga tingkat pendapatan pedagang di Pasar Runting rata-rata sudah melebihi UMK. Akan tetapi, meskipun begitu, nyatanya masih banyak pedagang yang mengambil pinjaman di KSPPS dikarenakan faktor kebutuhan.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Dalam uji validitas, di lakukan dengan membandingkan Nilai Pearson Correlation (R hitung) dengan R tabel. Nilai r hitung ini adalah yang nantinya digunakan untuk mengukur suatu item pernyataan yang digunakan dalam penelitian itu bisa dikatakan valid atau tidak. Sehingga akan dicari melalui cara membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel nya.

Kriteria dalam pengujian Uji Validitas yaitu sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dalam penelitian ini bisa di katakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dalam penelitian ini dikatakan tidak valid.³

³ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Bogor: Guepedia, 2023), 8.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen Responden

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi (X1)	X1.1	0,759	0,228	Valid
	X1.2	0,790	0,228	Valid
	X1.3	0,776	0,228	Valid
	X1.4	0,787	0,228	Valid
Kemudahan Akses (X2)	X2.1	0,829	0,228	Valid
	X2.2	0,834	0,228	Valid
	X2.3	0,859	0,228	Valid
	X2.4	0,764	0,228	Valid
Kebutuhan (X3)	X3.1	0,758	0,228	Valid
	X3.2	0,745	0,228	Valid
	X3.3	0,819	0,228	Valid
	X3.4	0,788	0,228	Valid
Keputusan Mengambil Pinjaman (Y)	Y.1	0,675	0,228	Valid
	Y.2	0,814	0,228	Valid
	Y.3	0,844	0,228	Valid
	Y.4	0,771	0,228	Valid

Sumber: Data output dari SPSS 25 yang diolah, tahun 2023.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jika hasil perbandingan r_{hitung} dari setiap instrumen lebih besar nilainya dari pada r_{tabel} dan bernilai positif untuk 72 responden dengan menggunakan alpha 0,05 sehingga didapatkan r_{tabel} sebesar 0,228. Maka dapat di simpulkan bahwa semua instrumen dari keempat variabel yaitu promosi (X1), kemudahan akses (X2), kebutuhan (X3), dan keputusan mengambil pinjaman (Y) dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan kuesioner dalam penelitian. Kriteria dari uji reliabilitas ini adalah reliabilitas suatu instrumen variabel dapat dikatakan baik atau reliabel jika memiliki nilai *Cronbach' Alpha* lebih dari 0,60.⁴ Jika kurang dari

⁴ Ivan Gumilar, *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen* (Banten: Utamalab, 2007), 24.

itu, maka instrumen itu dikatakan tidak reliabel atau tidak baik.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden

Variabel	<i>Reliability Coefficient</i>	<i>Cronbach' Alpha</i>	Keterangan
Promosi (X1)	4 item	0,780	<i>Reliable</i>
Kemudahan Akses (X2)	4 item	0,839	<i>Reliable</i>
Kebutuhan (X3)	4 item	0,769	<i>Reliable</i>
Keputusan Mengambil Pinjaman (Y)	4 item	0,770	<i>Reliable</i>

Sumber: Data output dari SPSS 25 yang diolah, tahun 2023

Dari tabel berikut dapat diketahui jika semua variabel memiliki nilai Cronbach' Alpha yang lebih dari 0,60, jadi dapat disimpulkan jika variabel promosi (X1), kemudahan akses (X2), kebutuhan (X3), dan keputusan mengambil pinjaman (Y) dikatakan *reliable* atau baik.

3. Uji Asumsi Klasik

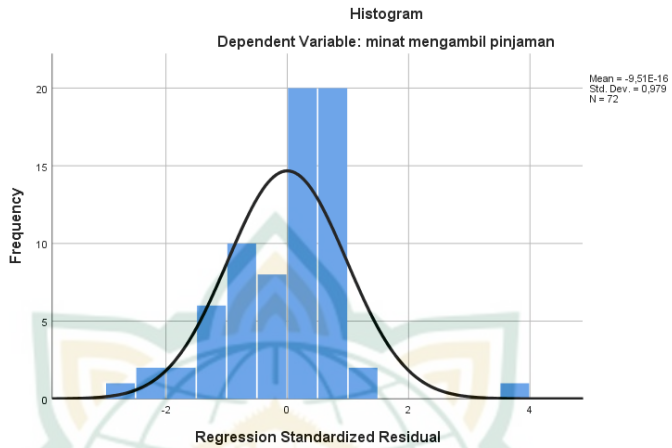
a. Uji Normalitas

Merupakan uji data yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Sedangkan memiliki distribusi yang normal atau yang mendekatinya adalah model regresi variabel yang baik. Untuk menguji normalitas data, bisa dilakukan dengan:

- 1) Dengan mengamati bentuk histogram yang membandingkan observasi dan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- 2) Dengan cara melihat hasil probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sebelumnya dengan dari distribusi normal.⁵

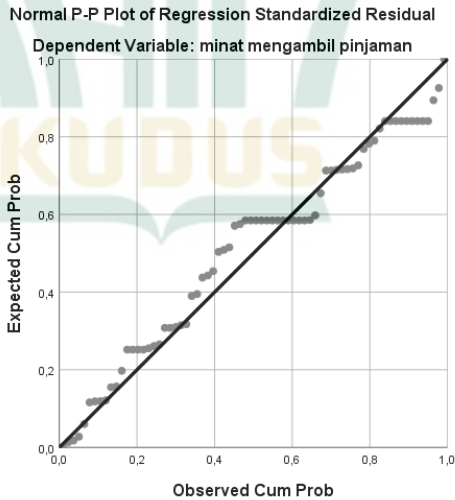
⁵ Dwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), 149-150.

Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram



Dari gambar histogram *Regression Standardized Residual* diatas dapat diketahui bahwa histogram tersebut membentuk pola distribusi normal. Maka model regresi variabel memenuhi asumsi normal.

Gambar 4.2
Uji Normalitas Grafik



Berdasarkan Gambar 4.2 diatas plot probabilitas normal pada gambar menunjukkan bahwa data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel indepenen. Model regresi yang baik harus yaitu dibuktikan dengan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Cara untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi. Jika nilai dari $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,1$ maka bisa dinyatakan tidak terjadi multikolinearotas.⁶

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficient

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Promosi	0,556	1,813
Kemudahan Akses	0,810	1,234
Kebutuhan	0,595	1,681

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa hasil dari uji multikolineritas antara lain, nilai VIF dari variabel X1, X2, dan X3 berturut turut yaitu 1,813, 1,234, dan 1,681. Dan nilai tolerannya yaitu 0,556, 0,810, dan 0,595. Hal ini berarti jika tidak ada gejala multikolinearitas pada model regresi antar variabel independen. Yaitu dibuktikan dengan nilai VIF semua variabel yang nilainya tidak ada yang lebih dari 10. Dan nilai tolerannya semua lebih dari 0,1.

c. Uji Autokorelasi

Uji autikorelasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada kesalahan pengganggu di dalam suatu model regresi linier pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1). Cara yang digunakan untuk

⁶ Dwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 103..

mennguji autikorelasi yaitu melalui uji DW Durbin Watson.⁷

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785 ^a	,616	,599	,93737	1,878
a. Predictors: (Constant), kebutuhan, kemudahan akses, promosi					
b. Dependent Variable: minat mengambil pinjaman					

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

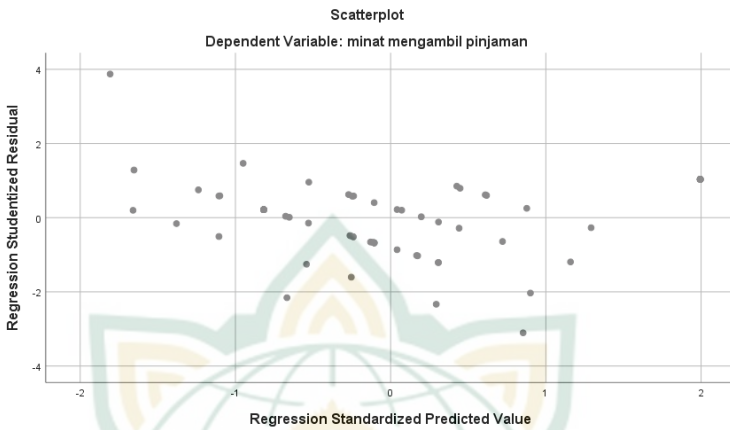
Dari hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) yaitu 1,878. Sedangkan berdasarkan tabel Durbin Watson dengan signifikansi 5% , jumlah $n = 72$, dan $k = 3$, maka di peroleh nilai dL sebesar 1,5323, dU sebesar 1,7054, dan $4-dU = 2,2954$. Maka hasilnya $dL < DW < 4-Du$ atau $1,5323 < 1,878 < 2,2954$. Sehingga kesimpulannya pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *variance* dari satu pengamatan residual ke pengamatan yang lainnys. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas jika sama disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

⁷ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 106.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.3 dia atas dapat di lihat jika tidak ada titik yang membentuk pola yang jelas. Melainkan titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga hasil uji tersebut dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari regresi linier untuk menentukan apakah dua atau lebih variabel independen(X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Dimana persamaan regresinya adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ yang akan digunakan secara simultan antara promosi, kemudahan akses, dan kebutuhan, terhadap keputusan mengambil pinjaman. Dengan menggunakan bantuan alat statistika yaitu SPSS 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,736	1,420		1,927	,058
	Promosi	,335	,087	,390	3,858	,000
	kemudahan akses	,164	,073	,187	2,244	,028
	Kebutuhan	,318	,084	,370	3,792	,000
a. Dependent Variable: minat mengambil pinjaman						

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas diperoleh konstanta sebesar 2,736 dan koefisien untuk variabel independen $X_1 = 0,335$, $X_2 = 0,164$, $X_3 = 0,318$. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh yaitu: $Y = 2,736 + 0,335 X_1 + 0,164 X_2 + 0,318 X_3$ yang berarti :

- 1) Nilai a sebesar 2,736 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan mengambil pinjaman (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel promosi (X1), kemudahan akses (X2), dan kebutuhan (X3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel dependen tidak mengalami perubahan.
- 2) Variabel promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan koefisien regresi sebesar 0,335. Jika variabel promosi meningkat sebesar 1% maka keputusan pengambilan pinjaman akan mengalami meningkat sebesar 0,335.
- 3) Variabel kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan koefisien regresi sebesar 0,164. ketika variabel kemudahan akses

- meningkat sebesar 1% maka keputusan pengambilan pinjaman meningkat sebesar 0,164.
- 4) Variabel kebutuhan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan koefisien regresi sebesar 0,318. Jika variabel kebutuhan meningkat 1% maka keputusan pengambilan pinjaman akan mengalami peningkatan sebesar 0,318.
- a. Uji Statistik t

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang di berikan variabel independen atau bebas (X) terhadap variabel dependen atau terikat (Y). Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, dan sebaliknya. Adapun rumus mencari t tabel yaitu $= a/2 ; n-k-1$, dimana a yaitu 0,05, n yaitu jumlah sampel, dan k yaitu jumlah variabel independen. Selain menggunakan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} , juga bisa menggunakan nilai signifikansinya. Jika signifikansi $< 0,05$, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, begitu sebaliknya.

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Signifikansi
Pomosi	3,858	1,995	0,000
Kemudahan Akses	2,244	1,995	0,028
Kebutuhan	3,792	1,995	0,000

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil output SPSS uji t parsial pada tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Variabel promosi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,858 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat di simpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang mengambil pinjaman pada KSPPS.
- 2) Variabel kemudahan akses memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,244 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,028 < 0,05$. Maka dapat di simpulkan bahwa

H2 diterima, yang berarti variabel kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang mengambil pinjaman pada KSPPS.

- 3) Variabel kebutuhan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,792 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti variabel kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang mengambil pinjaman pada KSPPS.

b. Uji Statistik f

Uji f bertujuan untuk ada atau tidaknya pengaruh simultan atau bersama-sama yang di berikan variabel independen atau bebas (X) terhadap variabel dependen atau terikat (Y). Uji f ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka variabel X berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y, dan sebaliknya. Adapun rumus mencari t tabel yaitu = k; n-k, dimana k yaitu jumlah variabel independen dan n jumlah sampel. Sehingga nilai f tabel di ketahui 2,737. Selain menggunakan perbandingan f_{hitung} dan f_{tabel} , juga bisa menggunakan nilai signifikansinya. Jika signifikansi $< 0,05$, maka variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, begitu sebaliknya.

Tabel 4.12
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95,750	3	31,917	36,324	,000 ^b
	Residual	59,750	68	,879		
	Total	155,500	71			
a. Dependent Variable: minat mengambil pinjaman						
b. Predictors: (Constant), kebutuhan, kemudahan akses, promosi						

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Dari hasil uji f pada tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $36,324 > 2,737$. Dan nilai signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$. Yang berarti terdapat pengaruh promosi, kemudahan akses, dan kebutuhan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pedagang untuk mengambil pinjaman di KSPPS.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh yang dimiliki variabel X secara simultan atau bersama-sama dengan variabel Y.

4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,616	,599	,937
a. Predictors: (Constant), kebutuhan, kemudahan akses, promosi				

Sumber: Data primer output dari SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan output di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,616 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel promosi (X1), kemudahan akses (X2), dan kebutuhan (X3) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel keputusan mengambil pinjaman (Y) adalah sebesar 61,6% dengan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Runtung Mengambil Pinjaman Pada KSPPS.

Memperkenalkan suatu produk, jasa, merek atau perusahaan kepada masyarakat dan sekaligus menarik masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk tersebut merupakan tujuan dilakukannya promosi bagi perusahaan atau orang. Promosi adalah taktik pemasaran yang sering digunakan oleh pemasar internal untuk

memberi tahu pelanggan tentang produk dan mendorong mereka untuk membelinya⁸.

Promosi merupakan salah satu komponen dalam pemasaran yang digunakan oleh bisnis untuk mengingatkan, mempengaruhi, dan menginformasikan konsumen mengenai produk mereka.⁹ Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah ini biasanya melakukan promosi dengan cara memberikan brosur dan langsung mendatangi pedagang untuk menawarkannya produknya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pedagang pasar runting untuk mengambil pinjaman pada KSPPS. Hal ini bisa dibuktikan dengan hasil pengolahan data kuesioner dengan menggunakan alat SPSS. Yang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,858 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang Pasar Runting Pati untuk mengambil pinjaman pada KSPPS.

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Anaga Bramantyo dan Endra Murti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, Dan Promosi Terhadap Keputusan Kredit UMKM”, yang memiliki hasil bahwa faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit. Dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,288 > 1,967$), dan juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang artinya kurang dari 0,05.

Promosi yang baik haruslah terintegrasi, dalam artian seluruh seluruh elemen dalam perusahaan harus mengerti dan dapat menerapkan program promosi yang telah tersusun. Promosi yang efektif tidak hanya mampu menarik konsumen untuk menggunakan tetapi juga agar

⁸ Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2* (Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2021) 65.

⁹ Iqbal Aditya Nugroho, Nur Laily, “Pengaruh Promosi dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-CommerceShopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)”, *Jurnal Ilmu Riset Manajemen* 11, no. 7, (2022): 3.

menjaga loyalitas para konsumen. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginfokan produk yang ditawarkannya dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah untuk membeli dan akhirnya juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabah-nasabahnya.

Promosi juga tidak seharusnya menjadi ajang perlombaan dalam melakukan persaingan untuk memberikan yang terbaik terhadap nasabah maupun calon nasabah, tetapi masyarakat dan lembaga keuangan mempunyai hubungan yang baik untuk saling bekerjasama menjadi mitra yang kuat dalam membangun dan saling membantu dalam perekonomian. Dalam melakukan promosi, hendaknya marketing memberikan pengenalan dan penjelasan dengan sebenar-benarnya tanpa ada kebohongan yang tidak sesuai dengan fakta aslinya. Karena hal tersebut juga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk selanjutnya.

Promosi yang dilakukan oleh KSPPS terhadap pedagang di Pasar Runting Pati dengan cara mendatangi langsung konsumen dan memberikan brosur serta menawarkan dan menjelaskan produknya. Sehingga calon konsumen akan lebih paham dan terpengaruh untuk menggunakan jasa KSPPS. Promosi yang dilakukan oleh KSPPS tersebut terbukti efektif untuk mempengaruhi pedagang agar mengambil pinjaman pada KSPPS.

2. Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Runting Mengambil Pinjaman Pada KSPPS.

Kemudahan akses seseorang adalah yang menentukan seberapa mudah mereka dapat menggunakan sistem tersebut tanpa melakukan banyak pekerjaan. mengenai sejauh mana upaya yang dilakukan nasabah dalam memperoleh pinjaman. Ide ini menjelaskan alasan penggunaan pendanaan serta betapa mudahnya menerapkannya pada tujuan yang ditentukan pengguna. Oleh karena itu, orang lebih sering menggunakan keuangan yang semakin mudah aksesnya. Aksesibilitas mempengaruhi kenyamanan konsumen, yang

menjadikannya faktor dalam menentukan perilaku konsumen.¹⁰

Variabel kemudahan akses berpengaruh terhadap keputusan pedagang pasar runting untuk mengambil pinjaman pada KSPPS. Hal ini bisa dibuktikan dengan hasil pengolahan data kuesioner dengan menggunakan alat SPSS. Yang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,244 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,025 < 0,05$. Maka dapat di simpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti variabel kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang Pasar Runting Pati untuk mengambil pinjaman pada KSPPS.

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Rastari, Yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Di Koperasi Syariah MSI” yang memiliki hasil bahwa faktor kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan di koperasi syariah MSI. Dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,752 > 1,660$), dan juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006, yang artinya kurang dari 0,05.

Setiap nasabah menginginkan kemudahan akses disetiap aktivitas perbankan berupa kemudahan akses layanan. Untuk meyakinkan kepercayaan KSPPS terhadap para pedagang yaitu hendaknya harus tetap mempertahankan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen tetap memilih menggunakan jasanya sebagai alternatif utama dalam meminjam uang. Kemudian pihak KSPPS juga harus membuktikan secara nyata dalam hal fasilitas kenyamanan konsumen sehingga aksesibilitas menjadi faktor yang menentukan perilaku konsumen.

Kemudahan akses yang ditawarkan KSPPS terhadap pedagang di Pasar Runting pati ini, seperti persyaratan pengajuan pinjaman yang mudah, proses pencairan yang cepat, apalagi dengan menggunakan

¹⁰Abdul Munif, “Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah, Kemudahan akses, Dan Religiusitas Terhadap Keberhasilan UMKM Pada Anggota Pembiayaan BMT BUS Cabang Dawe Tahun 2019”: 26.

sistem jempot bola, sehingga pedagang tidak perlu datang ke kantor untuk membayar anggurannya. Sehingga lebih efektif dari pada mengambil pinjaman pada bank konvensional atau bank formal. Sehingga hal ini menjadi salah satu alasan pedagang Pasar Runting Pati mengambil pinjaman dari KSPPS.

3. Pengaruh Kebutuhan Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Runting Mengambil Pinjaman Pada KSPPS.

Manusia membutuhkan kebutuhan yaitu berupa tuntutan keperluan yang untuk dipenuhi sehingga mencapai kesejahteraan. Dengan kata lain, kebutuhan adalah hal yang harus ada karena tanpa kebutuhan, hidup seseorang tidak sejahtera, atau setidaknya tidak cukup sejahtera, untuk dilanjutkan.¹¹

Variabel kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan pedagang pasar runting untuk mengambil pinjaman pada KSPPS. Hal ini bisa dibuktikan dengan hasil pengolahan data kuesioner dengan menggunakan alat SPSS. Yang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,792 > 1,995$. Dan adapun nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti variabel kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang Pasar Runting Pati untuk mengambil pinjaman pada KSPPS.

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sotya Pratiwi dan Soleh Afif yang berjudul “Tingkat Religiusitas dan Faktor Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembiayaan Rentenir”, yang memiliki hasil bahwa faktor kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan rentenir. Dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,522 > 2,110$), dan juga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000$, yang artinya kurang dari $0,05$.

Manusia akan selalu dihadapkan pada faktor kebutuhan, meskipun tingkat dan jenis kebutuhannya berbeda, tidak terkecuali kebutuhan rumah tangga. Hampir kebutuhan manusia tidak terlepas dari kebutuhan ekonomi. Mulai dari kebutuhan primer sekunder dan

¹¹Dedi Purwana dan Agus Wibowo, *Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi (Strategi Sukses Membangun Karakter Dan Kelola Usaha)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 53.

tersier. Mulai dari kebutuhan pokok seperti pangan sampai pendidikan. Faktor dilapangan adalah tidak semua manusia dapat memenuhi kebutuhannya disebabkan oleh tingkat pendapatannya yang belum mampu untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memenuhi sebagian kebutuhannya masih banyak masyarakat yang mengandalkan jasa lembaga KSPPS, atau semacamnya.

Berdasarkan temuan penelitian ini, faktor kebutuhan pedagang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pedagang berhubungan dengan KSPPS. Masih banyak pedagang yang mengandalkan bank keiling untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Terutama untuk kebutuhan modal dagang dan kebutuhan medesak lainnya. Ha lini berarti semakin tinggi kebutuhan masyarakat, maka tingkat hubungan dengan KSPPS juga akan semakin tinggi pula.

Pendapatan pedagang yang tidak selalu tetap, dan terkadang dagangannya yang tidak selalu habis, sehingga modal tidak kembali. Membuat pedagang ini harus bisa pintar-pintar mengatur keuangan. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan seharinya pun juga kurang. Apalagi saat kebutuhan keluarga sehari-hari pedagang pasar yang meningkat. Hal tersebutlah yang membuat pedagang Pasar Runting tertarik untuk mengambil pinjaman pada KSPPS.

4. Pengaruh Promosi, Kebutuhan Akses, Dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Runting Mengambil Pinjaman Pada KSPPS.

Kredit di definisikan oleh Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau perjanjian pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan si peminjam melunasi utangnya dalam jangka waktu tertentu dengan membayar bunga. Masyarakat dapat mencari kredit dari bank atau usaha pembiayaan dalam bentuk kredit investasi atau kredit modal kerja guna memenuhi kebutuhan finansialnya.

Untuk mengatasi masalah ekonomi, sebagian masyarakat memutuskan untuk mengambil kredit. Mengembangkan usaha atau usaha permodalan

merupakan salah satu tujuannya. Secara alami, masyarakat akan memikirkan beberapa faktor yang akan digunakan untuk memutuskan mengambil kredit sekaligus menjadi nasabah dari usaha tersebut sebagai sumber dana.¹²

Pada hasil uji f menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $36,324 > 2,737$. Dan nilai signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$. Yang berarti terdapat pengaruh promosi, kemudahan akses, dan kebutuhan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pedagang Pasar Runting Pati untuk mengambil pinjaman di KSPPS. Selain itu pada uji t juga menghasilkan bahwa semua variabel berpengaruh secara parsial dalam keputusan pedagang Pasar Runting Pati mengambil pinjaman pada KSPPS. Dari semua variabel diatas, variabel yang paling besar pengaruhnya yaitu variabel promosi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,858 > 1,995$.

Berdasarkan uji determinasi juga dapat diketahui jika nilai R Square sebesar 0,616 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel promosi (X1), kemudahan akses (X2), dan kebutuhan (X3) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel keputusan mengambil pinjaman (Y) adalah sebesar 61,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Minat anggota terhadap suatu barang yang ditawarkan oleh suatu lembaga dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik pada sesuatu yang dapat mempengaruhi tindakan orang tersebut. Seseorang akan berminat terhadap suatu obyek, jika obyek tersebut dapat memberikan kepuasan bagi orang tersebut serta memberikan rasa senang bila terlibat dalam objek tersebut. Sehingga akan cenderung memberikan perhatian yang besar terhadap obyek.

¹²Hendri Herman, “Analisis Suku Bunga Kredit Dan Jaminan Kredit Terhadap Keputusan Kredit Pada Perusahaan Pembiayaan Batam”, *AKTIVA Jurnal Akuntansi dan Investasi* 3, no. 2, (2020): 142.

Seorang yang memutuskan untuk mengambil kredit pinjaman merupakan suatu kegiatan memilih alternatif terbaik dari banyaknya alternatif pilihan yang ada. Dalam menentukan langkah pengambilan keputusan tersebut menjadi sangat penting agar dapat terhindar dari segala bentuk hambatan. Keputusan dalam mengambil kredit, di pengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang berpengaruh diantaranya yaitu pribadi, psikologis, sosial, dan faktor dari lembaga keuangan yang menawarkan.

