

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi di kota Palembang saat ini banyak UMKM yang kesulitan memperoleh modal usaha. Salah satu program pemerintah untuk meningkatkan peran UMKM terkait permodalannya melalui program pembiayaan kredit usaha rakyat atau lebih dikenal KUR di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan perhitungan numerik. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer berupa jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Populasi yang digunakan yakni mencakup pelaku UMKM yang menggunakan produk pembiayaan KUR Bank Syariah Indonesia Area Palembang periode tahun 2022 sebanyak 490 nasabah. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan (Y). adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel manfaat (X2) terhadap keputusan (Y). adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel pelayanan (X3) terhadap keputusan (Y). secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi, manfaat dan pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Kata kunci: Promosi, Manfaat, Pelayanan, Pelaku UMKM

ABSTRACT

The phenomenon currently occurring in the city of Palembang is that many MSMEs have difficulty obtaining business capital. One of the government programs to increase the role of MSMEs regarding their capital is through the people's business credit financing program or better known as KUR at Bank Syariah Indonesia. This research is quantitative research, namely research using numerical calculations. The data needed in this research is primary data in the form of respondents' answers to questions given by the researcher. The population used includes MSMEs who use the KUR financing product of Bank Syariah Indonesia Palembang Area for the 2022 period, totaling 490 customers. The results of the r analysis show that the promotion variable (X_1) has no positive effect on the decision (Y). there is a positive and significant influence between the benefit variable (X_2) on the decision (Y). there is a positive and significant influence between the service variable (X_3) on the decision (Y). Simultaneously there is a significant influence between promotion, benefits and service variables on customer decisions.

Keyword: Promotion, Benefits, Services, MSME Actors