

**PERANAN
PT JAMKRIDA SUMBAR
TERHADAP
PENINGKATAN KINERJA
UMKM
DI
SUMATERA BARAT**



JAMKRIDA SUMBAR

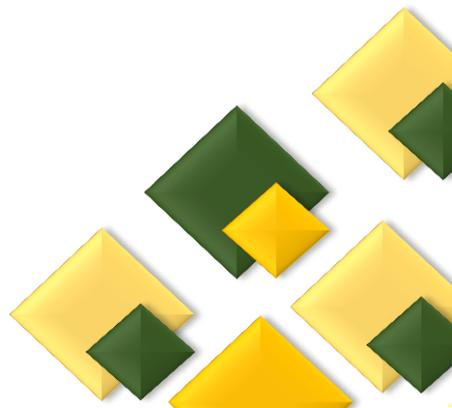


**KERJASAMA ANTARA PT JAMKRIDA SUMBAR
DAN LPPM UNIVERSITAS DHARMA ANDALAS**

**EXECUTIVE
SUMMARY**

PADANG

2021



DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	6
1.3 Ruang Lingkup	6
1.3.1 Ruang Lingkup Kajian	6
1.3.2 Ruang Lingkup Wilayah Penelitian.....	7
1.4 SistematikaPenulisan	7
BAB II KERANGKA TEORITIS	9
2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	9
2.1.1 Defenisi dan Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah	9
2.1.2 Regulasi UMKM.....	10
2.2 Kredit Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	12
2.2.1 Defenisi Kredit dan Pembiayaan	12
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Pemberian Kredit	13
2.2.3 Unsur-Unsur Kredit.....	14
2.2.4 Kredit UMKM dan Keuangan Inklusif	16
2.3 Penjaminan Kredit UMKM.....	18
2.4 PT JAMKRIDA Sebagai Penjamin Kredit.....	21
2.5 Efektivitas Program Jaminan Kredit UMKM.....	23
2.6 Kajian Terdahulu: Peranan PT. Jamkrida Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Jenis Data	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4 Objek Penelitian, Sampel dan Responden	30

3.5 Metode Analisis	34
3.6 Variabel Indikator	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Efektifitas.....	37
3.7.2 Uji Beda.....	38
3.7.3 Matrix Importance Performance (IPA).....	38
3.7.4 Analisis SWOT	42
BAB IV PREFERENSI UMKM TERHADAP KINERJA LAYANAN BANK NAGARI.....	47
4.1 Profil Responden.....	47
4.2 Preferensi UMKM Terhadap Layanan Bank Nagari	51
BAB V PREFERENSI BANK NAGARI TERHADAP KINERJA PT. JAMKRIDA	55
5.1 Analisa Importance Performance Analysis Terhadap Kinerja PT. Jamkrida Sumbar Berdasarkan Referensi Analisis Bank Nagari	56
5.1.1 Kuadran Utama – Prioritas Utama	56
5.1.2 Kuadran Kedua – Prestasi	58
5.1.3 Kuadran Ketiga – Prioritas Rendah	60
5.1.4 Kuadran Keempat – Berlebihan	60
5.2 Preferensi Analisis Terhadap Faktor Utama Pemilihan Lembaga Penjaminan Kredit	61
5.3 Preferensi Analisis Terhadap Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direkomendasikan Selain PT Jamkrida.....	64
5.4 Preferensi Analisis Terhadap Kelemahan PT Jamkrida Sumbar	66
5.5 Preferensi Analisis Terhadap Dampak Penjaminan Kredit Oleh PT Jamkrida Sumbar Pada Kinerja UMKM	68
5.6 Pembahasan Relevansi Preferensi AO Terhadap Kinerja Layanan PT Jamkrida Sumbar	69
BAB VI Peranan PT. Jamkrida terhadap Peningkatan Kinerja UMKM.....	71
6.1 Efektivitas pelaksanaan program penjaminan di Sumbar	71
6.1.1 Variabel Input	71

6.1.2 Variabel Proses	72
6.1.3 Variabel Output.....	72
6.2 Peranan PT. Jamkrida terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Sumatera Barat.....	74
6.2.1 Dampak terhadap Jumlah Tenaga Kerja	75
6.2.2 Dampak pada Variabel Kapasitas Produksi	76
6.2.3 Dampak pada Variabel Sarana Pendukung Usaha.....	77
6.2.4 Dampak pada Jumlah Varian Produk	79
6.2.5 Dampak pada Variabel Teknologi.....	80
6.2.6 Dampak pada Pemasok	82
6.2.7 Dampak pada Ketersediaan Bahan Baku.....	83
6.2.8 Dampak pada Pemasaran	85
6.2.9 Dampak pada Jumlah Pengiriman ke Luar Daerah.....	86
6.2.10 Dampak pada Harga Pokok Produksi	87
6.2.11 Dampak pada Promosi	89
6.2.12 Dampak pada Omset	90
6.2.13 Dampak pada Keuntungan	91
6.2.14 Dampak pada Modal	92
6.2.15 Rekapitulasi Dampak Penjaminan Kredit terhadap Kinerja UMKM.....	95
6.3 Dampak Penjaminan Kredit Oleh Jamkrida Terhadap Kinerja UMKM di Sumatera Barat Per Kabupaten Dan Kota	97
6.3.1 Variabel Jumlah Tenaga Kerja	97
6.3.2 Variabel Kapasitas Produksi	102
6.3.3 Variabel Sarana Pendukung Usaha.....	107
6.3.4 Variabel Produk	112
6.3.5 Variabel Teknologi.....	117
6.3.6 Variabel Pemasok.....	121

6.3.7 Variabel Ketersediaan Bahan Baku	125
6.3.8 Variabel Pemasaran.....	130
6.3.9 Variabel Pengiriman Keluar Daerah.....	135
6.3.10 Variabel Harga Jual	140
6.3.11 Variabel Promosi.....	145
6.3.12 Variabel Omset	149
6.3.13 Variabel Keuntungan.....	153
6.3.14 Variabel Asal Modal	158
BAB VII LAPORAN WAWANCARA PIMPINAN MITRA PT JAMKRIDA DI SELURUH KABUPATEN KOTA DI SUMATERA BARAT	165
BAB VIII STRATEGI PENGEMBANGAN PT. JAMKRIDA	209
8.1 Identifikasi Kekuatan dan kelemahan (Matriks IFE).....	209
8.2 Identifikasi Peluang dan ancaman (Matriks EFE).....	211
8.3 Analisis Matrik IE.....	214
BAB IX KESIMPULAN	221
Referensi	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skenario Lapangan	33
Tabel 3.2 Indikator variable input, proses, output untuk menilai kinerja PT Jamkrida.....	34
Tabel 3.3 indikator variabel input, proses, output untuk menilai kinerja UMKM	35
Tabel 3.4 Indicator variabel preferensi kualitas layanan	36
Tabel 3.5 Analisa IFE	43
Tabel 3.6 Analisa EFE	45
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan usia	47
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Gender	47
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	48
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	48
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	50
Tabel 4.8 Nama Pemilik Rekening Yang Dimiliki Tersebut.....	50
Tabel 4.9 Sektor Usaha Yang Dijalankan.....	50
Tabel 4.10 Hasil Analisis terhadap Kuadran I.....	51
Tabel 4.11 Hasil Analisis terhadap Kuadran II.....	52
Tabel 4.12 Hasil Analisis terhadap Kuadran III	53
Tabel 4.13 Hasil Analisis terhadap Kuadran IV	55
Tabel 5.1. Hasil Analisis IPA pada Kuadran 1	56
Tabel 5.2. Hasil Analisis IPA pada Kuadran 2	58
Tabel 5.3. Hasil Analisis IPA pada Kuadran 3	60
Tabel 5.4. Hasil Analisis IPA pada Kuadran 4	60
Tabel 5.5. Hasil Analisis Faktor Utama untuk Urutan Pertama	61
Tabel 5.6. Hasil Analisis Faktor Utama untuk Urutan Kedua	62
Tabel 5.7. Hasil Analisis Faktor Utama untuk Urutan Ketiga	62
Tabel 5.8. Hasil Analisis Faktor Utama untuk Urutan Keempat	63
Tabel 5.9 Hasil Analisis Faktor Utama untuk Urutan Kelima.....	63
Tabel. 5.10. Urutan Pertama Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direferensikan AO	64
Tabel. 5.11. Urutan Kedua Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direferensikan AO.....	64
Tabel. 5.12 Urutan Ketiga Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direferensikan AO	64
Tabel. 5.13 Urutan Keempat Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direferensikan AO.....	65
Tabel. 5.14 Urutan Kelima Lembaga Penjaminan Kredit Yang Direferensikan AO	65
Tabel. 5.15. Urutan Pertama Kelemahan PT Jamkrida.....	66
Tabel. 5.16 Urutan Kedua Kelemahan PT Jamkrida	66
Tabel. 5.17 Urutan Ketiga Kelemahan PT Jamkrida	67

Tabel. 5.18 Urutan Keempat Kelemahan PT Jamkrida	67
Tabel. 5.19 Urutan Kelima Kelemahan PT Jamkrida	67
Tabel. 5.20 Hasil wawancara analisis tentang Kinerja UMKM	68
Tabel 6.1. Hasil Analisis Tingkat Efektivitas pada Variabel Input	71
Tabel 6.2. Hasil Analisis Tingkat Efektivitas pada Variabel Proses	72
Tabel 6.3. Hasil Analisis Tingkat Efektivitas pada Variabel Output.....	72
Tabel 6.4 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	75
Tabel 6.5. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	75
Tabel 6.6 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Kapasitas Produksi	76
Tabel 6.7. Hasil Uji Beda Berdasarkan Kapasitas Produksi	77
Tabel 6.8 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Biaya Perawatan Mesin	78
Tabel 6.9. Hasil Uji Beda Berdasarkan Biaya Perawatan Mesin.....	78
Tabel 6.10 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Varian Produk	79
Tabel 6.11. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Varian Produk.....	79
Tabel 6.12 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Biaya Pemakaian Internet Per Bulan	81
Tabel 6.13. Hasil Uji Beda Berdasarkan Biaya Pemakaian Internet Perbulan	81
Tabel 6.14 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Distributor/Agen	82
Tabel 6.15. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Distributor/Agen.....	83
Tabel 6.16 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Ketersediaan Bahan Baku Per Hari	83
Tabel 6.17. Hasil Uji Beda Berdasarkan Ketersediaan Bahan Baku per Hari	85
Tabel 6.18 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Tenaga Pemasaran.....	85
Tabel 6.19. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Tenaga Pemasaran	85
Tabel 6.20 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Pengiriman Keluar Daerah	86
Tabel 6.21. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Pengiriman Keluar	87
Tabel 6.22 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Harga Pokok Produksi	88
Tabel 6.23. Hasil Uji Beda Berdasarkan Harga Pokok Produksi	88
Tabel 6.24 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Biaya Promosi Per Bulan.....	89
Tabel 6.25. Hasil Uji Beda Berdasarkan Biaya Promosi Per Bulan	89

Tabel 6.26 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Omset Per Bulan	90
Tabel 6.27. Hasil Uji Beda Berdasarkan Omset Per Bulan	91
Tabel 6.28 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Keuntungan Per Bulan.....	91
Tabel 6.29. Hasil Uji Beda Berdasarkan Keuntungan Per Bulan	92
Tabel 6.30 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Jumlah Modal Sendiri.....	93
Tabel 6.31. Hasil Uji Beda Berdasarkan Jumlah Modal Sendiri	93
Tabel 6.32. Rekapitulasi Hasil Uji Wilcoxon per Variabel	94
Tabel 6.33. Rekapitulasi Hasil Uji Beda per Variabel.....	95
Tabel 6.34 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Tenaga Kerja Per Kabupaten/Kota.....	97
Tabel 6.35 Uji Beda terhadap Variabel Tenaga Kerja Per Kabupaten/Kota	98
Tabel 6.36 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Kapasitas Produksi Per Kabupaten/Kota.....	102
Tabel 6.37 Uji Beda terhadap Variabel Kapasitas Produksi Per Kabupaten/Kota	103
Tabel 6.38 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Biaya Perawatan Mesin Per Kabupaten/Kota .	107
Tabel 6.39 Uji Beda terhadap Variabel Biaya Perawatan Mesin Per Kabupaten/Kota	108
Tabel 6.40 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Produk Per Kabupaten/Kota	112
Tabel 6.41 Uji Beda terhadap Variabel Produk Per Kabupaten/Kota	113
Tabel 6.42 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Teknologi Per Kabupaten/Kota	117
Tabel 6.43 Uji Beda terhadap Variabel Teknologi Per Kabupaten/Kota.....	118
Tabel 6.44 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Pemasok Per Kabupaten/Kota	121
Tabel 6.45 Uji Beda terhadap Variabel Pemasok Per Kabupaten/Kota.....	122
Tabel 6.46 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Ketersediaan Bahan Baku Per Kabupaten/Kota	125
Tabel 6.47 Uji Beda terhadap Variabel Ketersediaan Bahan Baku Per Kabupaten/Kota	127
Tabel 6.48 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Pemasaran Per Kabupaten/Kota	128
Tabel 6.49 Uji Beda terhadap Variabel Pemasaran Per Kabupaten/Kota.....	132
Tabel 6.50 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Pengiriman Keluar Daerah Per Kabupaten/Kota	135
Tabel 6.51 Uji Beda terhadap Variabel Pengiriman Keluar Daerah Per	136

Tabel 6.52 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Harga Jual Per Kabupaten/Kota	140
Tabel 6.53 Uji Beda terhadap Variabel Harga Jual Per Kabupaten/Kota.....	141
Tabel 6.54 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Promosi Per Kabupaten/Kota	145
Tabel 6.55 Uji Beda terhadap Variabel Promosi Per Kabupaten/Kota.....	146
Tabel 6.56 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Omset Per Kabupaten/Kota	149
Tabel 6.57 Uji Beda terhadap Variabel Omset Per Kabupaten/Kota.....	150
Tabel 6.58 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Keuntungan Per Kabupaten/Kota	153
Tabel 6.59 Uji Beda terhadap Variabel Keuntungan Per Kabupaten/Kota	155
Tabel 6.60 Uji Wilcoxon terhadap Variabel Asal Modal Per Kabupaten/Kota.....	158
Tabel 6.61 Uji Beda terhadap Variabel Asal Modal Per Kabupaten/Kota	159
Tabel 6.62 Wilcoxon Signed Rank Test Berdasarkan Kinerja	163
Tabel 6.63 Hasil Uji Beda Berdasarkan Kinerja.....	163
Tabel 8.1 Faktor Lingkungan Internal	211
Tabel 8.2 Faktor Lingkungan Eksternal.....	213

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Kredit UMKM di Sumatera Barat Menurut Golongan	4
Gambar 2. Pertumbuhan Jumlah Debitur Terjamin PT Jamkrida Sumbar pada Kredit Produktif dan Kredit Non Produktif (Sumber : PT Jamkrida Sumbar.....	5
Gambar 2.1 Bentuk Umum Sistem	26
Gambar 3.1 Diagram Kartesius IPA	40
Gambar 3.2 Matriks IE	46
Gambar 4.1 Hasil Analisis IPA Preferensi UMKM terhadap Layanan Bank Nagari.....	51
Gambar 5.1 Hasil Analisis IPA.....	56
Gambar 8.1 .Matrik IE Potensi Pengembangan PT. Jamkrida	214

EXECUTIVE SUMMARY

1. LATAR BELAKANG

Pembangunan merupakan proses natural mewujudkan cita-cita bernegara, yaitu mewujudkan masyarakat makmur sejahtera secara adil dan merata. Pembangunan juga merupakan suatu proses yang berkelanjutan untuk menuju pada kehidupan ekonomi rakyat dengan segala aspek kehidupan ekonomi, politik, harga diri, kepercayaan diri, kreativitas, solidaritas antar sesama, dan sebuah kemerdekaan yang berfungsi sosial.

Tujuan pembangunan ekonomi setiap negara adalah tercapainya pembangunan ekonomi yang adil dan merata. Pembangunan ekonomi adalah sebuah usaha untuk meningkatkan taraf hidup suatu bangsa yang diukur melalui tinggi rendahnya pendapatan riil per kapita. Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses multidimensi yang melibatkan perubahan-perubahan besar dalam struktur sosial, sikap masyarakat, dan kelembagaan nasional, seperti halnya percepatan pertumbuhan ekonomi, pengurangan ketidakmerataan dan pemberantasan kemiskinan absolut (Todaro, 1998)

Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang. Pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh negara berkembang bertujuan pemerataan pembangunan ekonomi dan hasilnya kepada seluruh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, mengurangi perbedaan kemampuan antar daerah, struktur perekonomian yang seimbang (Sukirno, 2007)

Salah satu ukuran pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari pendapatan nasionalnya. Ukuran pendapatan nasional yang sering digunakan adalah Produk Domestik Bruto. Produk Domestik Bruto (PDB) diartikan sebagai total nilai atau harga pasar (market prices) dari seluruh barang dan jasa akhir (final goods and services) yang dihasilkan oleh suatu perekonomian selama kurun waktu tertentu (biasanya 1 tahun). Jadi PDB merupakan indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara. Apabila PDB-nya menunjukkan adanya peningkatan, maka dapat dikatakan perekonomian negara tersebut menjadi lebih baik dari tahun sebelumnya.

Untuk mencapai hal tersebut maka digunakan salah satu paradigma pembangunan yaitu melalui strategi pemberdayaan. Konsep Empowerment sebagai suatu konsep alternatif pembangunan, yang pada intinya memberikan tekanan pada otonomi pengambilan keputusan dari suatu kelompok masyarakat, yang berlandas pada sumber daya pribadi, langsung, melalui partisipasi, demokrasi, dari pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung .(Friedman, 1992)

Salah satu bentuk pemberdayaan yang ada di Indonesia adalah pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah yang kemudian juga berpengaruh terhadap perekonomian secara nasional. Ketika terjadi krisis ekonomi 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor usaha yang lebih besar (UB) justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Usaha besar satu persatu mengalami bangkrut karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dollar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usahakarena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Serta mampu menyerap banyak tenaga kerja. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi dan UKM(Rahayu, 2005)

Saat krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1997 banyak industri besar yang tumbang dan mengalami kerugian hingga kebangkrutan. Hal ini berkaitan dengan timpangnya struktur usaha yang terlalu memihak pada industri besar (Harapan, YR, 2014). Pasca krisis kondisi berbalik, terjadi keinginan yang besar berkaitan dengan pengembangan usaha kecil dan menengah. Ada tiga alasan yang mendasari mengapa UMKM sangat penting bagi perekonomian negara berkembang seperti Indonesia, yaitu (1) kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif; (2) sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering

mencapai peningkatan produktivitasnya melalui inovasi dan perubahan teknologi; (3) karena sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar (Rahayu, 2005).

Banyak sekali usaha pemerintah (terutama dana) yang dicurahkan untuk pengembangan sektor ini, misalnya dana Jaring Pengaman Sosial, kredit lunak dari Bank Pemerintah, program pendampingan usaha dan sebagainya. Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam proses pembangunan ekonomi dan penanggulangan kemiskinan sudah dipahami oleh ahli ekonomi dan para pemangku kepentingan dalam perumusan kebijakan ekonomi, baik di negara maju maupun di negara berkembang.

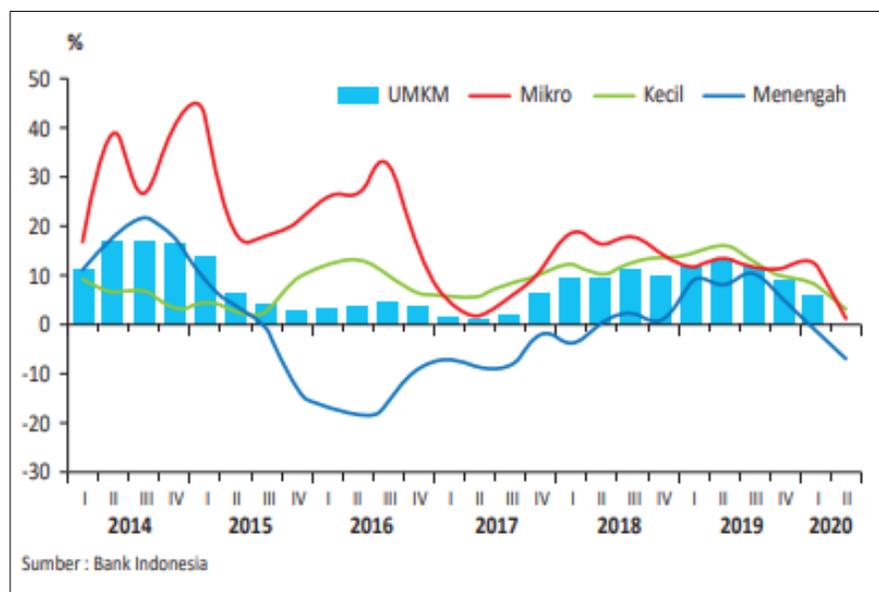
Dalam pengembangan UMKM, ada empat kendala besar yang harus dihadapi oleh para pelaku UMKM, yaitu keterbatasan modal kerja, SDM, inovasi produk dan teknologi serta pemasaran. Namun, yang sangat banyak terjadi di lapangan adalah masalah permodalan sehingga UMKM tidak berkembang. Alasannya adalah karena kesuksesan dari UMKM agar dapat tumbuh dan berkembang dengan baik bergantung pada kemampuan para pengusaha dalam mengidentifikasi dan mengakses sumber daya-sumber daya dan modal yang memadai (Neeley dan Auken, 2009). Penelitian lainnya oleh Interactive crew(2019) menyimpulkan 10 kendala utama yang dialami oleh UMKIM dimana kenadala utamanya adalah masalah pemodal. Hal ini juga disimpulkan oleh penelitian lainnya oleh Permana (2020) dimana dalam kajiannya Permana (2020) mengidentifikasi 8 permasalahan dalam pengembangan usaha UMKM dan yang menjadi permasalahan utamanya adalah masalah minimnya permodalan.

Hingga saat ini, UMKM masih memiliki akses yang terbatas terhadap modal eksternal karena banyaknya keterbatasan, seperti asimetri informasi, biaya transaksi yang tinggi, credit rationing dan penilaian kredit yang buruk (Neeley dan Auken, 2009). Keterbatasan ini menyebabkan UMKM sulit untuk mengembangkan diri dan tak jarang pada akhirnya bertumbangan disebabkan ketidakcukupan modal untuk bisa bertahan

Data terakhir dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2017, bahwa jumlah UMKM yang ada di provinsi Sumatera Barat mencapai 580.344 unit dan tahun 2018 meningkat menjadi 593.100 UMKM. Dari jumlah tersebut, terdiri dari Mikro sebanyak 531.350 atau 89,59 persen. Sedangkan pelaku usaha kecil sebanyak 53.431 atau 9,01 persen,

pelaku usaha menengah sebanyak 7.990 atau 1,33 persen dan untuk pelaku usaha besar sebanyak 419 atau 0,007 persen.

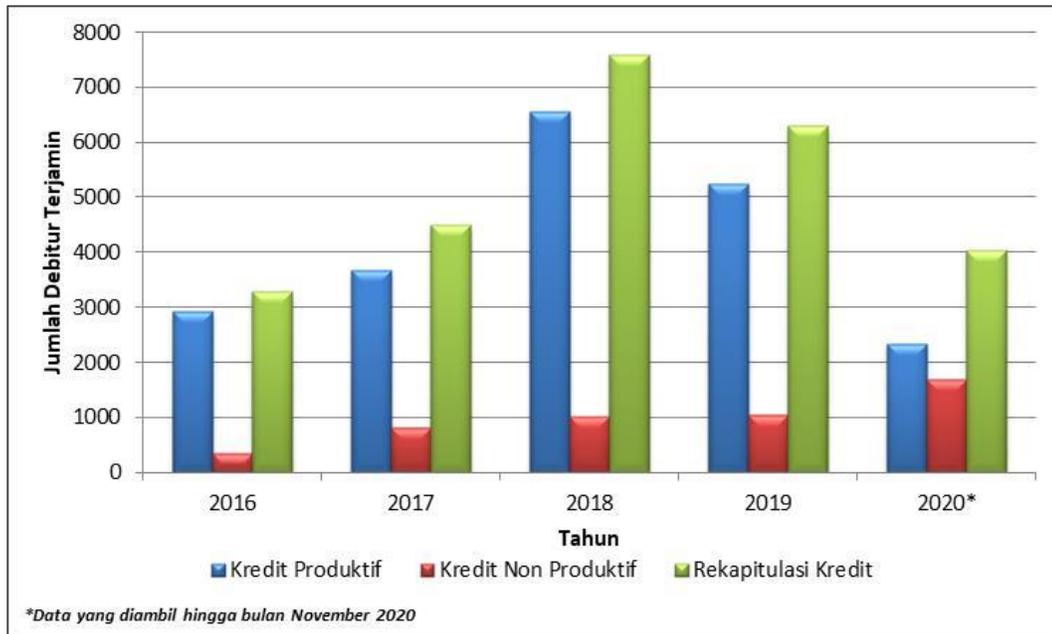
Gambar 1 menunjukkan tren pertumbuhan kredit UMKM di Sumatera Barat pada tahun 2015-2019 yang diambil berdasarkan data Laporan Perekonomian Sumatera Barat oleh Bank Indonesia pada bulan Agustus 2020. Secara lebih detail pada tahun 2015-2017, persentase kumulatif kredit UMKM cenderung mengalami penambahan di bawah 10 % di setiap triwulannya. Hal ini disebabkan karena jumlah kredit usaha menengah menunjukkan penurunan signifikan dari triwulan III tahun 2015 hingga triwulan III 2016 dan setelah itu mulai memperlihatkan peningkatan pada tahun 2017. Sehingga pada tahun 2015-2016 pertumbuhan kumulatif kredit UMKM cenderung stagnan. Namun jika dibandingkan pada tahun 2017 persentase kumulatif kredit UMKM di tahun ini mengalami penurunan hingga 3 triwulan berturut-turut namun mengalami peningkatan kembali pada triwulan IV. Di tahun 2018 persentase kumulatif kredit UMKM meningkat dari tahun 2017 dan cenderung stagnan di setiap triwulannya pada persentase 10%. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah kredit kumulatif ini mengalami peningkatan di atas 10% selama triwulan I-III, namun mengalami penurunan di bawah 10% pada triwulan IV. Walaupun pertumbuhan kredit UMKM mengalami fluktuatif di setiap tahunnya namun secara garis besar jumlah kredit UMKM di Sumatera Barat mengalami peningkatan hingga tahun 2019.



Gambar 1. Pertumbuhan Kredit UMKM di Sumatera Barat Menurut Golongan

Peningkatan jumlah kredit UMKM ini salah satu disebabkan oleh adanya kehadiran lembaga penjamin kredit sehingga pembiayaan kredit menjadi lebih *bankable*. Salah satu lembaga penjamin kredit yang berperan dalam menjamin kredit UMKM di Sumatera Barat adalah PT. Jamkrida Sumbar. Eksistensi PT Jamkrida Sumbar memiliki tujuan dalam mengambil alih sementara resiko kegagalan pelunasan kredit atau pembiayaan yang diterima pihak terjamin/debitur.

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), PT. Jamkrida Sumbar melakukan kerjasama (mitra) dengan beberapa Lembaga Perbankan dan lembaga pembiayaan di Sumatera Barat. Bentuk kerjasama ini menjembatani visi pemerintah dalam sektor perekonomian provinsi Sumatera Barat dengan potensi usaha yang dimiliki oleh para pelaku UMKM, sehingga permasalahan yang selama ini menghambat perkembangan UMKM terutama dari segi pembiayaan dapat diatasi. Produk-produk penjaminan yang ditawarkan oleh PT Jamkrida Sumbar meliputi Penjaminan Kredit Mikro Kecil hingga Penjaminan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penjaminan kredit UMKM yang telah disasar oleh PT Jamkrida Sumbar mencakup berbagai sektor ekonomi diantaranya perdagangan, pertanian, perkebunan, pembibitan dan budi daya serta jasa-jasa. Sampai bulan November tahun 2020, jumlah debitur terjamin oleh PT Jamkrida Sumbar baik untuk kredit produktif ataupun kredit non produktif adalah 32.384 dengan nilai penjaminan hingga Rp 2.037.275.576.675. Secara spesifik, pertumbuhan debitur terjamin PT Jamkrida Sumbar dapat terlihat pada Gambar 2. Pertumbuhan debitur terjamin sejak tahun 2016 mengalami peningkatan dari 3.278 debitur hingga pada tahun 2018 menjadi 7.590 debitur. Namun, pada tahun 2019 hingga November 2020 mengalami penurunan hingga 46,77 % jika dibandingkan pada tahun 2018.



Gambar 2. Pertumbuhan Jumlah Debitur Terjamin PT Jamkrida Sumbar pada Kredit Produktif dan Kredit Non Produktif (Sumber : PT Jamkrida Sumbar)

Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Sumbar menyebutkan bahwa secara keseluruhan potensi pembiayaan untuk UMKM masih sangat besar, bahkan melalui perbankan. Akan tetapi masih sebagian kecil yang bankable dari sekian banyak UMKM yang ada. Pemerintah juga merekomendasikan dan mendorong perbankan agar lebih aktif menjangkau pelaku UMKM untuk mendapatkan pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Selain itu, peranan dari lembaga penjaminan kredit akan sangat membantu UMKM yang belum bankable untuk dapat mengakses pendanaan eksternal. Sebagai pihak intermediasi, keberadaan lembaga penjaminan kredit dirasakan masih diperlukan dan patut dikembangkan dari sisi peran dan fungsinya. Peningkatan peran dan fungsi lembaga penjaminan kredit diharapkan akan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM.

2. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dilakukannya kajian ini adalah untuk menggali peranan PT. Jamkrida terhadap peningkatan kinerja UMKM di Sumatera Barat . Sedangkan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui peranan PT. Jamkrida terhadap peningkatan kinerja UMKM di Sumatera Barat
2. Mengetahui efektifitas pelaksanaan program penjaminan kredit oleh PT. Jamkrida di Sumatera Barat
3. Memetakan preferensi mitra penyalur pinjaman terhadap kinerja PT. Jamkrida
4. Memformulasikan strategi pengembangan PT. Jamkrida
5. Memetakan preferensi nasabah UMKM terhadap kualitas pelayanan mitra PT. Jamkrida di Sumatera Barat

3. RUANG LINGKUP

Adapun ruang lingkup dalam kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi peranan PT. Jamkrida terhadap peningkatan kinerja UMKM di Sumatera Barat
2. Evaluasi efektifitas pelaksanaan program penjaminan kredit PT. Jamkrida di Sumatera Barat
3. Identifikasi preferensi mitra penyalur kredit terhadap kinerja PT. Jamkrida
4. Formulasi strategi pengembangan PT. Jamkrida
5. Identifikasi preferensi nasabah UMKM terhadap kualitas pelayanan mitra PT. Jamkrida

Ruang lingkup wilayah penelitian mencakup keseluruhan kabupaten kota di Sumatera Barat

4. METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian

Penelitian ini secara umum bersifat deskriptif eksploratori. Arikunto (2010: 3), mengemukakan penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, dan kegiatan. Penelitian deskriptif mempunyai sifat menggambarkan sesuatu berdasarkan keadaan sebenarnya, tanpa adanya tindakan atau perilaku yang dapat mempengaruhinya. Kondisi yang ada digambarkan tanpa adanya keadaan yang dikondisikan atau pengaruh-pengaruh dari luar. Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif. Suharsimi Arikunto (2010: 14), mengemukakan penelitian eksploratif merupakan penelitian yang berusaha menggali tentang sebab-sebab terjadinya

sesuatu. Penelitian yang bersifat eksploratif juga berusaha menggali pengetahuan baru untuk mengetahui suatu permasalahan yang sedang atau dapat terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik keterkaitan hubungan suatu informasi, fakta atau fenomena yang ada khususnya dalam menggali dampak yang dirasakan oleh UMKM dengan keberadaan PT. Jamkrida di Sumatera Barat.

4.2 Jenis Data

Pada penelitian ini data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder:

- Untuk data sekunder, informasi dan data diperoleh melalui beberapa sumber literatur relevan terkait dalam memahami dinamika perspektif lembaga penjaminan kredit secara lebih luas.
- Untuk data primer, perolehan data dan informasi dilakukan secara langsung pada lokasi yang menjadi sasaran sampel penelitian. Proses pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang akan ditanyakan secara langsung kepada responden oleh beberapa orang surveyor (pewawancara). Selain itu untuk mempertajam hasil penelitian akan dilakukan in depth interview dengan direksi Jamkrida dan pimpinan cabang bank nagari pada daerah penelitian.

4.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan langsung)

Pengamatan secara langsung pada UMKM yang berada pada seluruh kabupaten / kota yang ada di Sumatera Barat, untuk mendapatkan data-data mengenai segala hal yang berkaitan dengan kinerja UMKM

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung (tanya-jawab) pada pihak-pihak terkait dalam penilaian kinerja UMKM dan kinerja PT. Jamkrida. Responden yang dilibatkan yaitu UMKM , Analis kredit , Pimpinan Cabang Mitra PT. Jamkrida serta Direksi Jamkrida

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan penunjang yang dapat mendukung dalam pengumpulan data dan membahas objek penelitian. Studi pustaka dalam hal ini dilakukan untuk mempelajari tema penelitian dengan literatur yang terkait dengan kinerja UMKM , preferensi kualitas jasa, serta strategi pengembangan

4. Studi Dokumen

Melakukan studi terhadap dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian tentang pengukuran kinerja UMKM. Studi dokumen ini dapat dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen perusahaan baik secara langsung maupun melalui media lainya seperti internet, penelitian terdahulu, dan lain-lain.

4.4 Populasi dan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan pendekatan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017:85), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. **Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:**

- 1. nasabah UMKM yang masih aktif yang berada pada daerah penelitian dan masih dalam masa kredit**
- 2. mendapatkan bantuan program penjaminan kredit dari PT. Jamkrida**

Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan list Krecjie Morgan dimana elemen sampel objek yang diteliti dipilih berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu dengan toleransi kesalahan sebesar 1% , tingkat keyakinan sebesar 99 % sehingga diperoleh jumlah responden sebesar minimal **950** responden yang disebar secara proporsional di 19 kab / kota yang menjadi wilayah penelitian.

Adapun scenario lapangan adalah sebagai berikut :

NO.	KABUPATEN/KOTA	DAERAH TUJUAN	JUMLAH SUPERVISOR	JUMLAH KUESIONER UMKM	RESPONDEN ANALIS KREDIT & PIMPINAN LEMBAGA PENYALUR KREDIT (MITRA)
1	KOTA SOLOK	1. SOLOK	1 (4 HARD)	30	2 ANALIS + PINCAB
	PASAMAN BARAT	1. SIMPANG EMPAT 2. UJUNG GADING	1 (4 HARD)	30	2 ANALIS + PINCAB 2 ANALIS
	AGAM	1. LUBUK BASUNG	2 (@4HARD)	64	2 ANALIS + PINCAB
2	SIJUNJUNG	1. SIJUNJUNG	1 (4 HARD)	28	2 ANALIS + PINCAB
3	PADANG	1. PASARAYA 2. SITEBA 3. KCU	1 (5 HARD)	60 64 64	2ANALIS 2 ANALIS 2 ANALIS + PINCAB
	MENTAWAI	1. MENTAWAI	1 (4 HARD)	28	2 ANALIS + PINCAB
4	PESISIR SELATAN	1. PAINAN 2. TAPAN	1 (5 HARD)	32 32	2 ANALIS + PINCAB 2ANALIS
	KAB. PDG PARIAMAN	1. LUBUK ALUNG	1 (5 HARD)	22	2 ANALIS + PINCAB
	KOTA PARIAMAN	1. PARIAMAN		30	2 ANALIS + PINCAB
5	DHARMASRAYA	1. PULAU PUNJUNG 2. KOTO BARU	1 (5 HARD)	10 9	2 ANALIS + PINCAB 2ANALIS
	LIMA PULUH KOTA	PANGKALAN	1 (5 HARD)	30	2 ANALIS + PINCAB
	TANAH DATAR	1. BATUSANGKAR 2. LINTAU	1 (5 HARD)	30 33	2 ANALIS + PINCAB 2ANALIS
7	PAYAKUMBUH	PAYAKUMBUH	2 (@5HARD)	59	2 ANALIS + PINCAB
	BUKITTINGGI	BUKITTINGGI	2 (@5HARI)	62	2 ANALIS + PINCAB
9	SAWAHLUNTO	SAWAHLUNTO	1 (5 HARD)	28	2 ANALIS + PINCAB
	KAB. SOLOK	ALAHAN PANJANG	1 (5 HARD)	28	2 ANALIS + PINCAB
	PADANG PANJANG	PADANG PANJANG	1 (5 HARD)	31	2 ANALIS + PINCAB
8	SOLOK SELATAN	1. MUARA LABUH 2. LUBUK GADANG	1 (5 HARD)	31 30	2 ANALIS + PINCAB 2ANALIS
	PASAMAN TIMUR	1. LUBUK SIKAPING	1 (5 HARD)	25	2 ANALIS + PINCAB
		2. TAPUS		30	2ANALIS
TOTAL				950	

4.5 Teknik Analisis Data

Pendekatan metode analisis data pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

- a. Analisis deskriptif, digunakan untuk menggambarkan pengaruh lembaga penjaminan kredit terhadap peningkatan kinerja UMKM di Sumbar
- b. **Rasio Efektifitas, digunakan untuk** Mengetahui efektif atau tidaknya program Jamkrida terhadap UMKM di Sumatera Barat
- c. **Uji Beda**
 - (1) Uji normalitas
Data diuji apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji normalitas. Uji statistik menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov (K-S). Nilai K-S diatas 0,05 menunjukkan data berdistribusi normal, sedangkan di bawah 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2012:160-164).
 - (2) Uji Wilcoxon
Untuk mengetahui dampak program Jamkrida terhadap peningkatan kinerja UMKM di Sumatera Barat, dilakukan uji beda yaitu untuk menguji adanya peningkatan indicator kinerja UMKM di Sumatera Barat setelah pelaksanaan program Jamkrida. Dalam penelitian ini, alat uji menggunakan metode Wilcoxon.
- d. **Matrix Importance Performance (IPA).** Model IPA bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang juga dikenal juga sebagai quadrant analysis.
- e. **Potential Gain Customer Value (PGCV).** Index PGCV bertujuan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan pada kinerja pelayanan.
- f. **Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT).** Untuk memformulasikan strategi pengembangan PT. Jamkrida di Sumatera Barat.

5. HASIL TEMUAN PENELITIAN

Berdasarkan tujuan dilaksanakannya kajian ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk mengukur peningkatan kinerja UMKM digunakan 14 variabel yang diukur yaitu diantaranya jumlah pekerja, kapasitas produksi, biaya perawatan sarana penunjang

usaha, jumlah varian produk, teknologi informasi, jumlah pemasok, jumlah ketersediaan bahan baku, jumlah tenaga pemasaran, distribusi produk ke luar daerah, harga jual, kegiatan promosi, omset, keuntungan dan modal.

Berdasarkan hasil kajian dapat dijelaskan bahwa dampak penjaminan kredit oleh PT Jamkrida Sumbar memberikan kinerja yang cenderung meningkat pada setiap variabel UMKM yang ditinjau di Sumatera Barat. Jika didetailkan lebih lanjut maka **terdapat sebelas variabel kinerja UMKM yang terpengaruh dengan pelaksanaan program penjaminan kredit oleh PT. Jamkrida. Dari sebelas variabel yang terpengaruh dengan program penjaminan kredit oleh PT. Jamkrida, terdapat tiga variabel yang sangat terpengaruh yaitu diantaranya peningkatan Jumlah Tenaga Kerja, peningkatan Kapasitas Produksi, dan peningkatan varian produk. Sebaliknya, tiga variabel yang tidak terpengaruh dengan program penjaminan kredit ini adalah variabel jumlah tenaga pemasaran, kegiatan promosi dan teknologi informasi.**

Sebagai kesimpulan berdasarkan analisis data diperoleh hasil **bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara pelaksanaan program penjaminan kredit oleh PT. Jamkrida Sumbar dengan peningkatan kinerja UMKM di Sumatera Barat.**

2. Berdasarkan Hasil perhitungan, diperoleh tingkat efektivitas program Jaminan Kredit Daerah (Jamkrida) di Sumatera Barat adalah sebesar 79,68 % persen yang berarti berada dalam kategori EFEKTIF. Untuk mencapai tingkat efektifitas 100 % maka beberapa saran pengembangan yang dapat dilakukan oleh PT. Jamkrida adalah sebagai berikut :
 - **PT Jamkrida perlu mengoptimalkan ketersediaan informasi baik dalam kualitas dan kuantitas terkait program penjaminan kredit terhadap UMKM sebagai sarana edukasi dan promosi.**
 - **Mengembangkan program monitoring yang berdampingan dengan mitra penyalur kredit dalam meminimalisir risiko kredit oleh UMKM serta menjadi proses dalam**

indikator penentuan kesuksesan UMKM dalam memanfaatkan program penjaminan kredit.

3. Berdasarkan hasil analisis preferensi terhadap analisis kredit mitra PT. Jamkrida maka dapat disimpulkan terdapat 5 faktor prioritas utama untuk diperhatikan dan diperbaiki oleh PT. Jamkrida . Secara spesifik 2 faktor di variabel input dan 3 faktor di variabel proses. Hasil ini berdasarkan wawancara responden analisis kredit yang merasa faktor-faktor tersebut penting namun kinerja yang dirasakan belum sesuai harapan. **Adapun prioritas utama yang perlu diperhatikan oleh PT. Jamkrida berdasarkan ranking adalah sebagai berikut**
1. **Sosialisasi program secara berkala kepada mitra**
 2. **Prosedur pengajuan claim yang tidak berbelit jika nasabah bermasalah**
 3. **Monitoring dan evaluasi secara berkala oleh PT. Jamkrida terhadap UMKM**
 4. **Tarif penjaminan yang ringan**
 5. **Respon pegawai PT. Jamkrida yang cepat dalam mengatasi permasalahan nasabah**

Lebih jauh berdasarkan hasil wawancara dengan analisis kredit mitra PT. Jamkrida, maka dapat **diurutkan 5 faktor utama yang menjadi rekomendasi lembaga penjaminan kredit dipilih oleh mitra seperti berikut (berdasarkan ranking):**

1. **Prosedur untuk penjaminan dan klaim cepat serta tidak berbelit**
2. **Komunikasi serta keramahan karyawan**
3. **Kecepatan dan ketepatan pembayaran klaim**
4. **Hubungan yang baik dengan mitra**
5. **Likuiditas perusahaan**

Relevansi antara hasil analisis preferensi dan faktor pemilihan lembaga penjaminan kredit memperkuat pernyataan tentang prioritas utama perbaikan layanan PT Jamkrida Sumbang yaitu :

1. **Memberikan sosialisasi dan product knowledge secara berkala kepada mitra**
2. **memperbaiki sistem klaim kredit UMKM agar tidak memakan waktu yang lama**

3. **perbaiki dalam sistem pelayanan komunikasi antar SDM atau *person in charge* dengan *job description* yang jelas dan sesuai dengan mekanisme yang ditetapkan**
4. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan analisis SWOT, maka untuk pengembangan kedepan, PT. Jamkrida hendaknya menggunakan **strategi hold and maintain** yaitu dengan pendekatan **market penetration** dan **product development**. **Adapun penjelasan lebih detailnya adalah sebagai berikut**

1. **Market Penetration**

Kebijakan market penetration dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan upaya untuk meminimalkan kelemahan yang dimilikinya, dapat melakukan pemanfaatan peningkatan pasar penjaminan kredit UMKM yang sangat luas dengan memperbaiki pelayanan jasa yang berkualitas baik dan lebih cepat dalam urusan administrasi dan persyaratan, dengan tujuan untuk mencapai target pertumbuhan penjualan jasa penjaminan kredit yang lebih tinggi. Pada kondisi persaingan industri yang ketat, yaitu tingkat pertumbuhan kebutuhan untuk mengantisipasi resiko kredit yang ada pada perbankan, maka strategi penerobosan pasar ini perlu dilakukan. Beberapa kebijakan yang dapat diterapkan dalam strategi market penetration ini diantaranya :

- a. **Mengembangkan program bina UMKM.** Program ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pemerintahan daerah maupun lembaga lainnya yang secara langsung terlibat dalam pembinaan UMKM yang tujuannya untuk sustainability UMKM (creating pasar potensial). Program Kerjasama juga dapat dilakukan dengan bank mitra yang menyalurkan kredit ke nasabah melalui kegiatan monitoring atau pendampingan kredit lainnya. Program bina UMKM dapat dijadikan sebagai bentuk sosialisasi tentang eksistensi PT Jamkrida sebagai Lembaga penjamin kredit atau strategi dalam membangun loyalitas bagi nasabah lama.

- b. **Perluasan jaringan kantor PT Jamkrida.** Membuka kantor cabang pembantu di beberapa daerah potensial untuk mengefektifkan dan meningkatkan kerjasama pada bank mitra yang sudah terjalin, serta memperluas kemitraan terhadap pihak pembiayaan lainnya yang mempunyai komitmen terhadap pengembangan UMKM. Perluasan jaringan kantor yang lebih agresif berguna untuk tujuan meningkatkan pangsa pasar. Perluasan Jaringan ini dapat dilakukan dengan penambahan Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, atau gerai penjaminan kredit di lokasi bank mitra atas dasar potensi dan prospek bisnis. Tentu saja pembukaan jaringan kantor ini tetap mempertimbangkan beberapa faktor agar keberadaan jaringan kantor dapat memberikan manfaat yang optimal dan mendorong distribusi layanan yang lebih merata, karena sebaran kantor layanan dapat mempengaruhi aksesibilitas masyarakat terhadap Lembaga penjaminan kredit.
- c. **Mengembangkan bisnis penjaminan kredit berbasis IT untuk pasar yang lebih luas.** Konsep layanan berbasis digital semestinya sudah harus diakselerasi oleh PT Jamkrida sebagai Lembaga penjaminan kredit. Keberadaan website dengan fitur-fitur pendukung yang mudah dijangkau sudah semestinya di prioritaskan sebagai sumber informasi dan upaya untuk lebih mendekatkan diri dengan para nasabahnya. Fitur-fitur fintech yang bersifat koordinasi dengan bank mitra juga sudah semestinya di akselerasi untuk mempercepat layanan penjaminan kredit. Meskipun konsep digital banking, membutuhkan infrastruktur besar dalam penerapannya di Lembaga penjamin kredit, namun sejak awal pembenahan website sangat dibutuhkan untuk memberikan layanan nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan .
- d. **Peningkatan sosialisasi dan Edukasi tentang Lembaga penjamin kredit.** Kegiatan sosialisasi ini sangat dibutuhkan tidak hanya oleh bank mitra namun juga oleh masyarakat sebagai pihak terjamin. Anggaran promosi untuk kegiatan sosialisasi dan edukasi ini mesti selalu ditingkatkan seiring dengan semakin kompetitifnya lembaga penjamin kredit yang ada. PT Jamkrida mesti terus berupaya

meningkatkan pemahaman publik mengenai tugas dan perannya sebagai Lembaga penjamin kredit, khususnya bagi pelaku UMKM yang menjadi segmen utamanya. Sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha lebih bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya Lembaga penjamin, karena masyarakat berada pada posisi sebagai “terjamin” yaitu badan usaha atau perorangan yang menerima kredit dari penerima jaminan. Sosialisasi dan edukasi juga sangat dibutuhkan pada bagian support kredit/pembiayaan yang ada pada bank mitra, mengingat jasa penjaminan kredit sangat dibutuhkan oleh perbankan atau lembaga penyedia kredit untuk mendukung kegiatan penyaluran kredit, maka pihak perbankan biasanya mesti melekat dengan produk dan jasa layanan yang ditawarkan oleh Lembaga penjamin. Strategi ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pemahaman produk dan brand bank melalui pemasangan iklan dan artikel di media elektronik, maupun cetak, kerjasama dengan lembaga keagamaan (MUI, pesantren dan majelis taklim), asosiasi dan masyarakat,

2. Product Development

Pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau layanan yang ada. Pengembangan produk adalah strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau layanan yang ada. Beberapa kebijakan yang bisa diterapkan PT. Jamkrida dalam mengembangkan strategi product development ini diantaranya :

- a. Peningkatan sosialisasi program yang berhubungan dengan informasi yang krusial dan perlu tindak lanjut secara cepat kepada mitra.** Dalam upaya pengembangan produk dan layanan, sosialisasi dan edukasi oleh PT Jamkrida kepada bank mitra juga sangat penting dilakukan. Perbaikan pada fitur produk dan layanan perlu diinfokan untuk menjaga loyalitas bank mitra sebagai rekan bisnis. Strategi ini dilakukan sebagai upaya menjaga loyalitas bank mitra sebagai penerima jaminan

- b. Peningkatan frekuensi monitoring dan evaluasi oleh PT Jamkrida Sumbar agar kinerja pelayanan terhadap nasabah lebih baik dan meminimalisir permasalahan nasabah di lapangan.** Pada prinsipnya proses monitoring dan evaluasi di bank juga dibutuhkan oleh PT Jamkrida sebagai Lembaga penjamin kredit. Resiko terbesar dari kredit bermasalah atau macet justru dihadapi oleh pihak Lembaga penjamin. Dengan pengendalian manajemen kredit perlu dilakukan dalam pemberian kredit agar bank terhindar dari kerugian akibat tidak dapat dikembalikannya kredit yang disalurkan, dan PT Jamkrida pun terhindar dari resiko-resiko kredit yang tidak tertagih.
- c. Tarif penjaminan yang lebih ringan agar dapat membantu nasabah, terutama pada kondisi pandemi Covid-19.** Seiring dengan kebijakan pemerintah yang melakukan pembatasan social untuk mengatasi penyebaran Pandemi Covid-19, tentu saja aktifitas UMKM menjadi salah satu sektor paling terdampak. Kebijakan ini memberikan juga dampak negative kepada banyak bank yang menerapkan manajemen resiko pembiayaan yang semakin ketat untuk menghindari pembiayaan macet. Peran PT Jamkrida, sebagai Lembaga penjamin pinjaman di daerah tentu saja semakin terbuka dengan adanya peluang ini dengan memberikan tarif penjaminan yang kompetitif. Meski melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) 71 tahun 2020, skema penjaminan kredit modal kerja UMKM telah diatur dan ditindaklanjuti dengan penugasan PT Jamkrindo dan PT Askrindo sebagai penjamin, namun PT Jamkrida dapat memanfaatkan peluang pasar di daerah mengingat perusahaan penjaminan ini sudah memiliki jaringan cukup kuat dengan bank-bank mitra di daerah.
- d. Efisiensi waktu klaim pembayaran dan kemudahan komunikasi antar PT Jamkrida Sumbar dan mitra.** Efisiensi ini dapat di ciptakan dengan regulasi yang fleksibel terkait terkait loss limit, metode penjaminan, coverage, plafon, tenor, tarif dan lainnya bagi bank mitra.
- e. Mengembangkan skim skim baru penjaminan kredit berdasarkan kebutuhan pasar potensial.** Sebagai Lembaga penjamin kredit, PT Jamkrida Provinsi

berfungsi dalam memfasilitasi kepentingan UMKM untuk memperoleh dana pinjaman dan juga menjamin bank penyalur pinjaman untuk memperoleh kepastian pengembalian kredit. Meski bentuk penjaminan kredit ini telah dilaksanakan dalam berbagai skim penjaminan seperti Penjaminann (F.A.Q), Penjaminan Kredit, Penjaminan Kredit Usaha Rakyat, Penjaminan Pengadaan dan Usaha Syariah, namun demikian fitur setiap produk tetap mesti di sesuaikan dengan keutuhan pasar yang semakin variative dan kompetitif.

3. Linkage Program antara PT jamkrida ddengan Bank Mitra

- a. Mengakselerasi Kerjasama/MOU dengan Bank Mitra sebagai pihak penerima jaminan.** Penerima jaminan adalah kreditur, baik bank maupun bukan bank, yang memberikan fasilitas kredit atau pembiayaan kepada debitur atau terjamin, baik kredit uang maupun kredit bukan uang atau kredit barang. Semakin kompetitifnya perusahaan penjaminan kredit dan semakin variatifnya layanan penjaminan kredit yang di kucurkan oleh Lembaga penjamin lainnya, sudah seharusnya menjadikan PT Jamkrida menerapkan strategi bersaing yang lebih kompetitif dengan calon-calon baru bank mitra melalui skim Kerjasama yang saling menguntungkan namun tetap memberikan harga yang kompetitif.
- b. Mengakselerasi Kerjasama /MOU dengan Lembaga Keuangan Non Bank seperti BPR dan Koperasi .** Selain Bank komersil, Lembaga keuangan mikro dapat juga menjadi bank mitra bagi PT Jamkrida. Peluang untuk memasuki segmen ini cukup potensial mengingat cukup banyaknya lembaga keuangan mikro di Sumatera Barat. Terdapat 88 unit BPR dengan 217 unit kantor di Provinsi Sumatera Barat pada Tahun 2020, yang tentu saja menjadi segmen pasar yang potensial bagi lembaga penjamin kredit.
- c. Sinkronisasi produk-produk penjaminan dengan produk dan layanan Bank Mitra dan Lembaga Keuangan Mikro.** Dalam perkembangannya, lembaga-lembaga keuangan mikro seperti BPR dan Koperasi merupakan Lembaga keuangan yang fleksibel dalam dalam penganekaragaman produk dan layanan. Regulasi dalam pengambilan kebijakan tidak serumit pada Lembaga keuangan seperti perbankan.

Keberadaan produk-produk yang beragam dan variative seiring dengan upaya peningkatan kompetisi semestinya disikapi oleh penganekaragaman bentuk jaminan yang dapat ditawarkan oleh Lembaga penjamin seperti PT Jamkrida. Setiap produk dan layanan terkadang memiliki tingkat resiko yang berbeda-beda dan distingsi inilah yang menjadi peluang bagi PT Jamkrida untuk memberikan penjaminan yang sesuai dengan karakteristik produk dan layanan.

5. Berdasarkan hasil analisis preferensi UMKM terhadap layanan mitra PT. Jamkrida maka dapat disimpulkan beberapa factor utama yang harus dibenahi untuk meningkatkan kinerja layanan kepada nasabah UMKM yaitu diantaranya
- Perhitungan tingkat bunga bersifat transparan
 - kemudahan-kemudahan yang ditawarkan pada produk pembiayaan sangat menarik,
 - Mempunyai banyak kantor cabang dan kantor kas,
 - Lokasi mudah dijangkau,
 - Jaringan ATM yang banyak dan luas,
 - Sarana pelayanan transaksi yang lengkap,
 - Petugas pembiayaan selalu menepati janji kepada nasabah,
 - Teknologi layanan perbankan yang modern dan canggih,
 - Suasana di kantor nyaman dan menyenangkan



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS DHARMA ANDALAS**

UNTUK KECERDASAN BANGSA

Jl. Sawahan No.103 A, Simpang Haru Padang Telp./ Fax : 0751 – 37135

SK MENDIKBUD RI
Nomor: 254/E/O/2014
Tanggal : 18 Juli 2014

SURAT KETERANGAN

Nomor :035A /SKT - LPPM/ UNIDHA/II/ 2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dharma Andalas Padang, dengan ini menerangkan bahwa :

1. Nama : Heru Aulia Azman, S.Sos., M.M., Ph.D
NIP/NIDN : 0009127701
2. Nama : DR. Hesi Eka Putri, M.Si.
NIP/NIDN : 2008097401
3. Nama : Mellyna Eka Yan Fitri, S.Si., M.M.
NIP/NIDN : 1001018404
4. Nama : Ridho Aidil Fitrah S.T., M.T.
NIP/NIDN : 1015039401

Yang namanya tersebut di atas telah melaksanakan penelitian dengan judul : **Penelitian Potensi dan Peranan PT. Jamkrida Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Di Sumatera Barat pada tanggal 2 November 2020 sampai 9 Februari 2021.** Demikianlah surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 15 Februari 2021

Ketua Lembaga Penelitian Dan
Pengabdian Masyarakat
Universitas Dharma Andalas



Heru Aulia Azman, S.Sos., MM, Ph.D
NIDN : 0009127701