

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kredit usaha rakyat merupakan sebuah program yang termasuk dalam penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan usaha ekonomi mikro dan kecil untuk meningkatkan akses permodalan dan sumber daya lainnya bagi usaha mikro dan kecil.

Tujuan dari program kredit usaha rakyat ini untuk mengembangkan kegiatan perekonomian dalam penanggulangan kemiskinan serta peluasan kesempatan kerja, program ini untuk mempercepat pemberdayaan usaha mikrokecil, menengah dan koperasi (UMKMK), meningkatkan pembiayaan dan pengembangan UMKM & koperasi kepada lembaga keuangan. Seiring perkembangan waktu program kredit usaha rakyat menjadi pilihan bagi masyarakat dalam mengajukan pinjaman tunai sebagai modal pengembangan usaha. Selain suku bunga ringan program ini juga diberikan dengan proses dan syarat pengajuan mudah.

Pemerintah menjadikan BRI sebagai tumpuan dalam menyalurkan pinjaman produktif. Tak heran dengan kinerja serta reputasi yang baik BRI mendapatkan amanah untuk menyalurkan kredit melalui KUR BRI 2017 hampir 60% dengan total anggaran yang dikeluarkan pemerintah yakni sebesar Rp. 110 triliun.

Pada penelitian ini peneliti memilih kasus pada april 2014 tentang kunjungan menteri koordinator bidang perekonomian Hatta Rasaja melakukan

kunjungan kerja pada pemerintah kabupaten Bangkalan, pulau Madura, dan untuk menyerap informasi tentang program KUR di Bangkalan. Program KUR merupakan salah satu program pemerintah untuk membantu kelompok usaha kecil menengah yang telah dicanangkan dengan tujuan kesejahteraan rakyat. Sampai saat ini pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang telah menikmati fasilitas KUR mencapai 10,4 juta jiwa. Dari jumlah itu sekitar 10 persen di antaranya telah layak menerima bantuan perbankan dengan bunga komersial, atau berpotensi menjadi pengusaha yang sehat dan sebagian besar lagi masih kurang. Hal ini menimbulkan adanya persepsi nasabah yang tidak bagus. Berhubungan dengan adanya masalah tersebut sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari faktor apa saja yang menimbulkan persepsi nasabah.

Secara teori dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor berdasarkan variabel *marketing mix*. Adapun variabel *Marketing mix* terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. Selain untuk menarik nasabah, *marketing mix* ini merupakan kegiatan pokok pemasaran Bank untuk tumbuh berkembang dalam memperoleh laba dan peningkatan jumlah nasabahnya dan pada saat itulah nasabah mulai menilai tentang semua keandalan produk-produk yang ditawarkan, tingkat suku bunga untuk produk simpanan maupun pinjaman, lokasi tempat perusahaan itu berada, bagaimana cara promosi setiap perusahaan, bagaimana para pekerja bank melayani nasabah, bagaimana prosesnya dan bukti fisik yang dilihatnya.

Menurut Rezwan dan Sarif (2014 :164) ditemukan bahwa harga, promosi, karyawan, dan bukti fisik memiliki hubungan yang signifikan positif

untuk membentuk persepsi nasabah. Sedangkan pada produk, lokasi, dan proses tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa produk bukanlah satu-satunya cara untuk menarik lebih banyak nasabah. Sedangkan lokasi tidak menjadi perhatian besar saat memilih sebuah bank di kota Khulna. Sedangkan proses layanan yang cepat harus dikembangkan untuk memahami persepsi nasabah. Sehingga dari pemaparan latar belakang diatas dapat diambil penelitian dengan judul Pengaruh *marketing mix* Terhadap Persepsi Nasabah Dalam Memilih Kredit Usaha Rakyat BRI di Bangkalan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, dapat diuraikan perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?
3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?
4. Apakah promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?
5. Apakah karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?

6. Apakah bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?
7. Apakah proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh produk terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh lokasi terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh promosi terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
5. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh karyawan terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
6. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh bukti fisik terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.
7. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh proses terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR BRI di Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pihak yang berkaitan, Adapun manfaat bagi Penulis, bagi STIE Perbanas Surabaya, PT.Bank BRI Bangkalan adalah :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan dalam penerapan teori-teori perkuliahan dan meningkatkan pengetahuan perbankan khususnya terhadap informasi yang diperoleh serta dari penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh marketing mix terhadap persepsi nasabah dalam memilih kredit usaha rakyat kredit (KUR) Bank Rakyat Indonesia di Bangkalan.

b. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan studi perbandingan terhadap karya ilmiah sejenis serta menambah katalog penelitian ilmiah pada perpustakaan STIE perbanas surabaya yang mungkin dapat digunakan sebagai sumber informasi dan juga sebagai referensi untuk mahasiswa atau mahasiswi STIE Perbanas Surabaya sebagai pedoman penelitian yang akan datang.

c. Bagi PT.BRI Bangkalan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap persepsi nasabah dalam memilih KUR Bank BRI di Bangkalan dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi

untuk meningkatkan *performance* Bank khususnya pada pelayanan dan pemasaran Bank.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara umum untuk memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan dan kejelasan dari hasilnya, maka sistematika penulisan adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini merupakan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data yang memuat analisis dari hasil penelitian dalam bentuk deskriptif, analisis statistik dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisis tentang kesimpulan akhir keterbatasan penelitian, dan saran.

