

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini yang masih memburuk yang semakin hari semakin banyak kemiskinan dimana-mana karena dunia kerja yang lesu dan banyaknya bencana alam yang menimpa bangsa Indonesia. Itu membuat kehidupan semakin terpuruk dan banyak orang yang kehilangan pekerjaan dan banyak angkatan kerja yang tidak mendapat kesempatan dalam dunia kerja. Maka pilihan yang tepat adalah berwiraswasta oleh karena dalam berwiraswasta dibutuhkan pinjaman modal maka BPR secara tidak langsung dapat memberikan pinjaman modal kepada nasabah. Karena dengan menciptakan lapangan kerja sendiri akan tercapai kehidupan yang lebih baik (Solopos, 2006). Krisis ekonomi dan moneter yang bermula pada tahun 1997 mengakibatkan dampak negatif yang cukup luas di dalam perekonomian Indonesia. Perbankan nasional kita juga terkena dampaknya. Banyak bank mengalami penutupan karena tidak kuat menanggung *negative spread* dan *non randoming loan* yang tinggi, sehingga dari jumlah sekitar 300-an bank yang ada sebelum krisis sekarang tinggal menyisakan 150-an bank.

Masalah kemiskinan dan kesenjangan ekonomi, adalah dua masalah yang harus segera diatasi guna terwujudnya tujuan pembangunan nasional seperti yang tercantum dalam Pembukaan UUD 1945 yang menegaskan

bahwa salah satu tujuan negara Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Penegasan tersebut tidak terlepas dari pokok pikiran yang terkandung dalam pembukaan, yaitu bahwa negara hendak mewujudkan keadilan sosial, maka pelaksanaan pembangunan perlu lebih ditingkatkan dan diperluas, terutama pembangunan untuk lebih mendorong tercapainya kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia. Tetapi pembangunan yang dilaksanakan dalam rangka pembangunan masyarakat yang seutuhnya dan pembangunan seluruh rakyat Indonesia tidak hanya mengejar kemajuan lahiriah saja, melainkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan antara keduanya, juga pembangunan yang merata di seluruh tanah air, bukan hanya untuk golongan saja atau sebagian masyarakat sebagai perbaikan tingkat hidup yang berkeadilan sosial yang menjadi tujuan dan cita-cita kemerdekaan.

Penelitian tentang perilaku konsumen nampaknya tidak akan pernah mengalami kekeringan ide yang terus berkembang dan semakin menarik. Perilaku konsumen mencakup semua aktivitas pembeli, mantan pembeli dan pembeli potensial, dari pra-beli sampai paska beli, dari memulai mengkonsumsi sampai berhenti mengkonsumsi. Hal ini mengalami perkembangan yang melebar dari kesadaran akan suatu keinginan, yaitu melalui pencarian dan evaluasi alat pemuas kebutuhan yang paling mungkin, serta tindakan pembelian itu sendiri, sampai evaluasi penggunaan produk yang dibeli, yang secara langsung berdampak pada kemungkinan dilakukannya pembelian ulang (Alba *et.al.*, 1991).

Banyak peneliti telah membuktikan secara empiris bahwa perilaku beli konsumen dapat diprediksi dari sikap dan norma subyektifnya melalui niat beli seperti yang diharapkan oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Variabel-variabel dalam model tersebut memperlihatkan hubungan-hubungan yang signifikan dengan adanya prediktif yang cukup kuat, akan tetapi, hal ini tidak berarti bahwa model tersebut tidak memiliki kelemahan.

Dewasa ini persaingan perusahaan untuk memperebutkan pelanggan tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk seperti kegunaan suatu produk, melainkan sudah dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi pemakainya (Aaker, 1991). Maka dengan itu diharapkan BPR mampu memberikan kontribusi yang tepat bagi pelanggannya agar tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh BPR, oleh karena itu pelayanan terhadap konsumen harus diutamakan agar perusahaan itu dapat semakin maju dan tidak kalah bersaing dengan bank-bank lainnya.

Kondisi BPR sedang mengalami banyak tantangan dalam persaingan dengan bank umum dalam hal peningkatan layanan merespon kebutuhan nasabah atau konsumen (Kasali, Renald, 1999) Dalam *Business line* BPR di era API (Arsitektur Perbankan Indonesia) disarankan tetap linear terhadap kebutuhan kelompok nasabah BPR, artinya tetap fokus pada peningkatan layanan merespon kebutuhan nasabah dan debitur BPR. Jika BPR mampu memperbaiki efisiensi operasional, maka harga produk/jasa yang ditawarkan akan relatif dapat bersaing khususnya dibandingkan bank.

Keberadaan BPR dimaksudkan sebagai sarana untuk menjawab tuntutan-tuntutan pembangunan yang semakin kompleks. Pertumbuhan yang pesat pada sektor perekonomian membuat keberadaan BPR semakin disadari dan dibutuhkan oleh masyarakat (Arif Rahman, 1996).

Tujuan pendirian BPR ini adalah untuk mencegah praktek ijon, rentenir dan pinjaman yang tidak wajar lainnya. Kredit yang disalurkan oleh BPR merupakan kredit skala kecil dan jangka pendek. Besarnya diberikan berdasarkan barang jaminan yang diserahkan (Perda Jateng No: 11, 1981).

Masalah pinjam-meminjam uang pada BPR harus mendapat perhatian yang cukup besar supaya tidak timbul hal-hal yang tidak diinginkan seperti dalam kehidupan sehari-hari bahwa perlakuan rentenir sering melakukan suatu pemerasan dan penindasan terhadap si peminjam uang. Hal ini tidak sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia bahkan bertentangan, sehingga perlu bahwa keberadaan rentenir itu dilarang (Perda Jateng No: 11, 1981).

Kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan masa kini dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Keadaan pasar yang semakin bersaing telah memaksa banyak perusahaan untuk meninjau kembali pendekatan strategi pemasaran yang digunakan. Oleh karena itu BPR harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan agar para nasabah tidak lari ke perusahaan lain.

Kepuasan pelanggan merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Adapun kepuasan diartikan sebagai “tingkat perasaan

seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya”. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, menjadi kurang sensitive terhadap harga dan cenderung memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Tantangan bagi perusahaan saat ini adalah bagaimana membangun suatu kebudayaan sehingga semua orang dalam perusahaan bertujuan menyenangkan pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemasaran yang berdasarkan hubungan dengan pelanggan adalah kunci mempertahankan pelanggan dan meliputi pemberian keuntungan financial serta sosial di samping ikatan struktural dengan pelanggan.

BPR sebagai salah satu dari sedikit perusahaan jasa yang mampu mengatasi masalah keuangan dalam waktu relatif singkat dan tidak menuntut prosedur yang rumit. Hal inilah yang menjadi daya tarik bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan dana yaitu dengan menggunakan jasa BPR. Dengan pemahaman akan perilaku konsumen terhadap permintaan kredit pada BPR dengan baik, diharapkan BPR bisa mengoptimalkan fungsinya sebagai lembaga yang membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan dana terutama masyarakat yang berpenghasilan rendah dengan menyediakan fasilitas sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, disamping bisa menarik sebanyak-banyaknya konsumen untuk menggunakan jasa BPR.

Sikap dan perilaku konsumen dalam pemasaran: sebuah tinjauan sosial kognitif (Basu Swastha, 2003). Hasil yang didapat bahwa pentingnya perilaku

lampau. Sebuah testimoni telah disajikan oleh East (1997) tentang pentingnya perilaku lampau, yaitu dengan memperlihatkan bahwa suatu ukuran variabel tersebut berkorelasi lebih tinggi dengan sikap berperilaku dan kontrol berperilaku yang dirasakan dari pada norma subyektif. Analisa perilaku konsumen dalam penggunaan jasa pengadaan cabang Masaran Sragen. Hasil penelitian Ekasari tahun (1996) bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat penggunaan jasa dengan kualitas jasa. Hasil penelitian oleh Errik Novian (1995) bahwa ada pengaruh yang positif antara penggunaan kredit dengan kualitas jasa. Sedangkan hasil penelitian Nasir dan Fatchurrahman (2003) bahwa karakteristik *low* dan *high* merupakan suatu fenomena dan bahkan sebagai fakta yang nyata. Oleh karena itu melalui variabel *marketing mix* yang ada pada produsen terus berupaya memanifestasikan konsumen untuk dapat mempunyai keterlibatan tinggi terhadap pembelian suatu produk

Bertitik tolak dari latar belakang permasalahan di atas maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: ANALISA PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN JASA BPR-BKK MOJOLABAN SUKOHARJO.

B. Perumusan Masalah

Untuk menghindari kebiasaan yang dilakukan masyarakat yang terbatas modal, pemerintah telah membentuk BPR dengan bunga rendah dan prosedur yang mudah. Diharapkan dengan fasilitas kredit ini, masyarakat dapat terhindar dari cengkeraman lintah darat, sehingga usaha bisa berkembang dan taraf hidup bisa meningkat.

Dalam penelitian ini, rumusan masalah terdiri dari empat persoalan yaitu:

- 1) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan, kualitas jasa terhadap penggunaan jasa kredit pada BPR-BKK.
- 2) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan, jenis kebutuhan konsumen terhadap penggunaan jasa kredit pada BPR-BKK.
- 3) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan, nilai barang jaminan terhadap penggunaan jasa kredit pada BPR-BKK.
- 4) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan, jumlah tanggungan keluarga terhadap penggunaan jasa kredit pada BPR-BKK.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian di dalam penulisan skripsi ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap penggunaan jasa kredit BPR.
2. Untuk mengetahui pengaruh jenis kebutuhan konsumen terhadap penggunaan jasa kredit BPR.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai barang jaminan terhadap penggunaan jasa kredit BPR.
4. Untuk mengetahui pengaruh jumlah tanggungan keluarga terhadap penggunaan jasa kredit BPR-BKK.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi BPR- BKK Mojolaban

Penelitian ini diharapkan akan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan BPR-BKK yang menyangkut masalah pemberian kredit pada nasabah.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini merupakan aplikasi konsep perilaku konsumen. Menambah khasanah pustaka bagi Fakultas Ekonomi, khususnya tentang perilaku konsumen.

3. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan penulis tentang BPR-BKK, peranannya dalam masyarakat serta faktor-faktor yang mendorong masyarakat dalam mengambil kredit pada BPR-BKK.

E. Sistematika Skripsi

Dalam sistematika skripsi ini akan terdiri dari lima bab yang perinciannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dimuat tinjauan-tinjauan teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yang meliputi pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, konsep pemasaran, pengertian dan fungsi jasa, pengertian dan ruang lingkup perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian akan menguraikan tentang cara dan metode penelitian dalam penyusunan skripsi ini, antara lain: kerangka pemikiran, hipotesa, data dan sumber data, analisis yang digunakan.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis data dan pembahasan gambaran umum BPR-BKK Mojolaban serta data-data yang diperoleh, analisis data, pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab penutup ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang perlu untuk disampaikan.