

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sistem perekonomian suatu negara, bank berperan sebagai lembaga intermediasi yang merupakan sarana pertukaran uang beredar. Peranan perbankan sangat penting bagi peranan pertumbuhan ekonomi, terutama negara-negara berkembang karena bank masih merupakan lembaga pelayanan jasa keuangan yang utama. Bank menerima simpanan dana masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk pinjaman pada masyarakat. Dalam pengelolaan dana masyarakat itu bank tidak dapat menghindari *maturity gap* antara *asset* (pinjaman yang diberikan) dan liabilitesnya simpan dana masyarakat.

Banyaknya jumlah bank yang menawarkan jenis-jenis tabungan baru dengan serangkaian atribut yang melekat pada pelayanan jasa kredit menyebabkan persaingan antar bank untuk menarik nasabah semakin meningkat dan upaya yang ditempuh bank-bank itupun bermacam-macam, karena itu nasabah bank saat ini dihadapkan pada berbagai pilihan bank yang menawarkan bermacam-macam atribut yang memikat. Keputusan pemilihan bank sangat tergantung pada nasabah itu sendiri dan alasan seseorang memilih suatu bank dan bukan bank lain banyak ditentukan oleh pandangan dan tingkat kepercayaannya terhadap bank itu. Selain dari atribut produk keputusan pemilihan bank oleh nasabah juga dipengaruhi faktor dari dalam konsumen itu

sendiri. Menurut Philip Kotler, salah satu yang mempengaruhi pembelian berasal dari perorangan. Yang berasal dari perorangan itu itu antara lain usia, pekerjaan, situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri.

Orang yang membeli barang dan jasa selama usia hidupnya dan apa yang dibelinya senantiasa berubah selama hidupnya. Selera seseorang dapat berubah sejalan dengan penambahan umurnya. Dalam hal ini usia dapat mempengaruhi keputusan memilih layanan jasa perkreditan pada suatu bank. Bagi usia muda memilih pelayanan jasa mungkin tingkat suku bunganya. Sedangkan bagi yang usia tua mungkin lebih memperhatikan faktor kemudahan mendapatkan layanan dan tempat bank.

Pola konsumsi jasa atau barang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kelompok ini untuk menempatkan produk atau jasa yang tepat bagi suatu kelompok pekerjaan. Bagi konsumen yang pekerjaannya termasuk golongan atas mungkin faktor keamanan dan pelayanan menjadi faktor utama. Namun bagi yang termasuk golongan rendah mungkin karena faktor hadiah dan tingkat suku bunganya yang diperhatikan.

Keadaan ekonomi seseorang juga besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi ini adalah pendapatan seseorang. Bagi yang mempunyai pendapatan besar mungkin dalam memilih jasa kredit lebih memperhatikan pada faktor pelayanan yang profesional. Namun bagi yang berpendapatan tidak besar lebih memperhatikan pada tingkat suku bunganya.

Atas dasar karakteristik usahanya tersebut kelangsungan masyarakat tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis usaha bank itu sendiri adalah bisnis kepercayaan. Jika kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank goyah maka akan jatuhlah bank tersebut umumnya masalah tersebut tidak hanya berhenti sampai disini karena adanya *domino effect*.

Berdasarkan uraian di atas penulis merasa tertarik untuk mempelajari dan meneliti lebih lanjut mengenai BPR-BKK Kecamatan Weru. Dan selanjutnya judul skripsi yang penulis ajukan untuk penelitian ini adalah: “ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA PERKREDITAN PADA BPR-BKK KECAMATAN WERU KABUPATEN SUKOHARJO”.

B. Perumusan Masalah

Dalam permasalahan mengenai perilaku konsumen merupakan faktor yang paling mempengaruhi jalannya suatu perusahaan maka pimpinan perusahaan harus dapat diperhitungkan tentang minat konsumen serta bagaimana karakteristik konsumen, karena kompleksnya permasalahan di atas untuk itu berdasarkan faktor yang ada maka penulis menggunakan pokok masalah sebagai berikut: Apakah ada keterkaitan antara atribut konsumen (usia, pendapatan, pekerjaan) dengan atribut pelayanan jasa perkreditan BPR-BKK (bunga pinjaman rendah prosedur yang mudah dan pelayanan yang memuaskan)?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan antara atribut konsumen terhadap beberapa atribut pelayanan jasa perkreditan pada BPR-BKK dan memahami lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam hal pinjaman kredit pada BPR-BKK.

D. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan berguna bagi bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan BPR-BKK Kecamatan Weru Kabupaten Sukoharjo yang mengenai karakteristik konsumen dalam hal minat konsumen terhadap pelayanan dan penggunaan jasa perkreditan pada BPR-BKK pada umumnya.

2. Secara Teoritis

Menambah pengetahuan penulis tentang BPR-BKK serta peranannya dalam masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran permulaan penyusunan skripsi ini dibagi dalam lima bab. Perlulah dikemukakan disini sistematika pembuatan skripsi yang isinya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang pemasaran, perilaku konsumen, perilaku konsumen hubungannya dengan kegiatan pemasaran dan pemasaran jasa pada BPR-BKK.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka pemikiran, hipotesa, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan rencana analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis terhadap data yang berkaitan dengan permasalahan dibahas dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pelaksanaan dan hasil penelitian dan saran-saran yang dapat berguna bagi kemajuan dan perkembangan BPR-BKK dan pembaca pada umumnya.