

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan ekonomi di suatu negara sangat bergantung pada perkembangan dinamis dan kontribusi nyata dari sektor perbankan. Pasca krisis ekonomi dan moneter di Indonesia memberikan gambaran nyata betapa peran strategi sektor perbankan sangat penting. Ketika sektor perbankan terpuruk, perekonomian nasional juga ikut terpuruk, demikian sebaliknya. Hal ini terlihat dari peleburan beberapa bank pemerintah yang bergabung menjadi satu setelah krisis terjadi di Indonesia.

Menurut UU RI No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa

pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Peran perbankan dalam pembangunan ekonomi adalah mengalirkan dana bagi kegiatan ekonomi yaitu salah satunya dalam bentuk perkreditan bagi masyarakat perseorangan atau badan usaha. Kredit tersebut mempunyai suatu kedudukan yang strategis dimana sebagai salah satu sumber uang yang diperlukan dalam membiayai kegiatan usaha yang dapat dititikberatkan sebagai salah satu kunci kehidupan bagi setiap manusia. Fasilitas kredit yang diberikan oleh bank merupakan aset terbesar bagi bank. Dalam hal kegiatan bank memberikan fasilitas kredit, resiko kerugian sebagian besar bersumber pada kegiatan tersebut, sehingga bila tidak dikelola dengan baik dan disertai pengawasan yang memadai akan mengancam kelangsungan hidup bank tersebut.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga memegang peran penting dalam pembangunan ekonomi karena tingkat penyerapan tenaga kerjanya yang relatif tinggi dan kebutuhan modal investasinya yang kecil. Hal ini membuat UMKM tidak rentan terhadap berbagai perubahan eksternal sehingga pengembangan pada sektor UMKM dapat menunjang diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan

struktural yang merupakan prasyarat bagi pembangunan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.<sup>1</sup>

Pemerintah Republik Indonesia mengeluarkan Inpres Nomor 6 tanggal 8 Juni 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan UMKM yang diikuti dengan nota kesepahaman bersama antara Departemen Teknis, Perbankan, dan Perusahaan Penjaminan Kredit/Pembiayaan kepada UMKM. Akhirnya pada tanggal 5 November 2007, Presiden R.I Susilo Bambang Yudoyono meresmikan kredit bagi UMKM dengan pola penjaminan dengan nama Kredit Usaha Rakyat dan di dukung oleh Inpres Nomor 5 Tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi 2008-2009 untuk menjamin implementasi atau percepatan pelaksanaan kredit usaha rakyat ini.

Salah satu bank yang ditunjuk pemerintah untuk program pengreditan rakyat adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). Menjawab kebijakan tersebut PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) mengeluarkan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Kredit usaha rakyat adalah salah satu program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membantu mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) memiliki komitmen untuk bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat

---

<sup>1</sup> <http://www.siap-bos.blogspot.com> (diakses pada tanggal 17 Maret 2012 pukul. 17.00 WIB)

dan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membantu meningkatkan pertumbuhan UMKM.

Modal usaha bagi kelompok kecil merupakan sebuah masalah yang cukup susah. Keterbatasan keadaan ekonomi selalu menjadi hambatan bagi mereka untuk tumbuh dalam usaha mandiri. Untuk itu, KUR PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) hadir ditengah kita dan siap membantu para pengusaha kecil untuk berkembang dalam usahanya.

Dalam perkembangannya, beberapa cabang dan unit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) mengalami kesulitan dalam pencapaian target. Salah satunya penulis temukan di Unit Nusantara Depok. Pencapaian target tidak dapat terlaksana disebabkan oleh faktor promosi yang kurang maksimal.

Strategi promosi KUR yang harusnya dilakukan selain dengan publikasi, melalui brosur, leaflet dan iklan, juga melakukan pendekatan individual melalui mantri-mantri yang bertugas sebagai manajer pemasaran. Selain itu pendekatan kelompok dilakukan melalui tokoh-tokoh masyarakat dan kepala-kepala desa untuk memperoleh informasi usaha-usaha kecil di wilayahnya yang perlu dibiayai. Pendekatan melalui tokoh-tokoh masyarakat dilakukan agar mampu menjangkau nasabah yang lebih besar serta mengurangi biaya transaksi.<sup>2</sup>

Masalah yang penulis temui di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok adalah tidak berjalan dengan maksimalnya

---

<sup>2</sup> Didik J. Rachbini dkk, *Dimensi Teroritis Dan Praktis KUPeDES Dan SIMPEDES* (Jakarta, TIM INDEF dan Bisnis Mikro BRI, 1998) hal. 96

proses promosi yang dilakukan. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok hanya melakukan *advertising* seperti penyebaran brosur. Sedangkan untuk pengenalan produk KUR kepada nasabah seharusnya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) melakukan pendekatan yang lebih intensif. Seperti yang dijelaskan sebelumnya tentang strategi promosi KUR. Dengan melakukan promosi yang baik maka pencitraan produk KUR di masyarakat akan menjadi baik.

Tercatat untuk nasabah KUR pada periode Desember 2011 adalah sebanyak 287 nasabah, masih dibawah target yang seharusnya dicapai 402 nasabah. Menurut Kaunit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok Bapak Slamet Purwanto, penyebab utama jumlah nasabah yang tidak memenuhi target ini karena banyak masyarakat sekitar yang tidak mengetahui syarat dan ketentuan pengambilan produk KUR yang mereka kira sangat rumit. Hal ini dikarenakan kurangnya pengenalan produk KUR oleh *Account Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok ke pada masyarakat sekitar. *Account Officer* itu sendiri adalah staf yang menangani produk KUR.

## **B. Perumusan Masalah**

Sesuai latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka penulis membuat perumusan masalah dalam karya ilmiah ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *awareness* responden terhadap produk KUR di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok?
2. Alat promosi apa sajakah yang digunakan untuk menginformasikan produk KUR di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok?
3. Apakah promosi berperan dalam menciptakan *awareness* terhadap produk KUR di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok?
4. Bagaimanakah penilaian responden untuk tiap-tiap promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok?

### **C. Tujuan dan Manfaat**

Maksud penulis melakukan penelitian pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) adalah untuk mengkaji peranan promosi dalam meningkatkan *awareness* konsumen produk KUR sebagai bahan penyusun karya ilmiah guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui *awareness* responden terhadap keberadaan produk KUR di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok.

- b. Untuk mengetahui alat promosi yang digunakan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok.
- c. Untuk mengetahui peran promosi dalam menciptakan *awareness* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok.
- d. Untuk mengetahui penilaian responden terhadap alat-alat promosi yang digunakan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nusantara Depok.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi promosi yang tepat.

### b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan dapat memperluas mengenai peranan promosi dalam meningkatkan *awareness* nasabah terhadap produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk memperluas wawasan pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah.