

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang gencar-gencarnya meningkatkan kualitas pada semua sektor yang ada, tidak lain permasalahan sektor ekonomi yang cukup krusial yang dihadapi menjadi perhatian utama . Pada sektor ekonomi banyak sekali penunjang untuk pertumbuhan ekonomi khususnya pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di pasar, usaha mikro kecil menengah berperan sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok menengah ke bawah, pendistribusian pendapatan dan pengurangan kemiskinan serta pembangunan ekonomi pedesaan. (Tambunan, 2012).

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. (Sarfiyah dkk, 2019).

UMKM menjadi salah satu yang penting dalam pertumbuhan dan pengembangan ekonomi diseluruh negara di dunia. Perkembangan UMKM di Indonesia cukup bagus dimana dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan, UMKM menjadi pilar pertumbuhan perekonomian karena adanya UMKM dapat menyerap tenaga kerja dan memperkecil angka pengangguran. (Arief, 2018).

Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Kedudukan UMKM ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti

terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar. (Sudari dkk, 2019).

Proses pengembangan dan pertumbuhan UMKM tidak luput akan adanya dana yang besar sebagai penunjang usaha, sehingga banyak pelaku UMKM yang melakukan *financing* dengan melakukan kredit pada lembaga keuangan pemerintah maupun swasta, sesuai dengan kebutuhan dan pilihannya masing-masing. (Arief Alrasyid, 2018).

Selaras dengan pemerintah yang serius memberikan perhatian akan pertumbuhan UMKM di Indonesia maka pemerintah memberikan fasilitas yaitu menyelenggarakan program yang tujuannya akan membantu para pelaku UMKM yang tersebar di Indonesia melalui program KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang sudah di legalkan oleh Undang-undang dan tidak luput dengan kebijakan Bank Syariah yang menjadi distributor aset keuangan syariah yang nilai asetnya melebihi 32,42%. (Statistik OJK, 2021).



Sumber : Snapshot Perbankan Syariah 2021 oleh OJK

Sebanyak 32.42% di perbankan syariah, 5,91% industry keuangan non bank syariah, dan didominasi oleh pasar modal syariah sebanyak 61.67%. Jika dilihat dari sektor perbankan syariah, keuangan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan.

Pada program KUR, pelaku UMKM mendapatkan fasilitas yang cukup banyak contohnya dalam kemudahan pengajuan peminjaman dana, biaya administrasi yang tidak tinggi, dan rendahnya suku bunga. Sayangnya, dalam bank konvensional KUR menggunakan sistem bunga sehingga rata-rata pelaku UMKM merasa ragu untuk memilih KUR dalam membantu pendanaan. Namun, seharusnya kekhawatiran itu tidak terjadi jika pelaku UMKM memanfaatkan fasilitas yang sudah dan di tawarkan pada bank syariah.

Pemerintah menerbitkan instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 mengenai Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Rill dan Pemberdayaan UMKM. Program KUR sendiri diresmikan pada tanggal 05 November 2007. Pemerintah memang serius memberikan perhatian akan pertumbuhan UMKM dengan membentuk program KUR, namun, dalam pembiayaan yang disalurkan KUR bersumber dari dana lembaga keuangan atau perbankan yang menyalurkan pendanaan. (Setiawan, 2016)

Penyaluran realisasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Indonesia. Dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1. 2

Realisasi Penyaluran KUR 2022



Sumber : <https://nasional.kontan.co.id/news/realisasi-penyaluran-kur-mencapai-rp-9795-menjadi-rp-36550-triliun-sepanjang-2022>

Berdasarkan gambar di atas menjelaskan bahwa jumlah realisasi KUR terbagi menjadi empat yakni, KUR Mikro 66,41%, KUR Kecil 31,84%, KUR Super Mikro 1,74% dan KUR Penempatan PMI sebesar dibawah 1%. Dalam hal menjelaskan bahwa pemerintah benar-benar memberikan perhatian akan perumbuhan dan pengembangan UMKM.

Dan salah satu sektor perbankan syariah yang berada di Indonesia yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun yang menyediakan produk kredit usaha rakyat (KUR) tujuannya membantu para pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan dana untuk meningkatkan pendapatan usaha dan pada wilayah arjawinangun terdapat sekrtor pedangan yang cukup esar yaitu pada pasar sandang Tegal Gubug yang merupakan pasar sandang yang dicari oleh masyarakat luas karena harga yang terjangkau dan kualitas yang cukup aik dalam suatu produknya, pasar sandang ini menjadi pasar sandang tersear kedua setelah pasar senen di Jakarta, pasalnya pasar sandang ini menyajikan ayak produk ukan hanya dalam fashion saja melainkan produk yang lain juga. Serta, masyarakat Arjawinangun rat-rata memang pedagang, bukan hanya pedangan di pasar sandang saja. Namun, terdapat masyarakat yang menjadi pedagang UMKM di rumahnya sendiri bahkan sampai mempunyai konveksi sendiri.

Nasabah yang tercatat memilih produk kredit usaha rakyat (KUR) Syariah di BSI KCP Arjawinangun. Dapat dilihat dari data berikut :

Tabel 1. 1

Jumlah Nasabah KUR BSI KCP Arjawinangun Tahun 2023

NO	Produk KUR Syariah	Jumlah	Presentase
1	KURS Mikro	170	56,67%
2	KURS Kecil	100	33,33%
3	KURS Super Mikro	30	10,00%

Sumber : Survey data diolah pada BSI KCP Arjawinangun

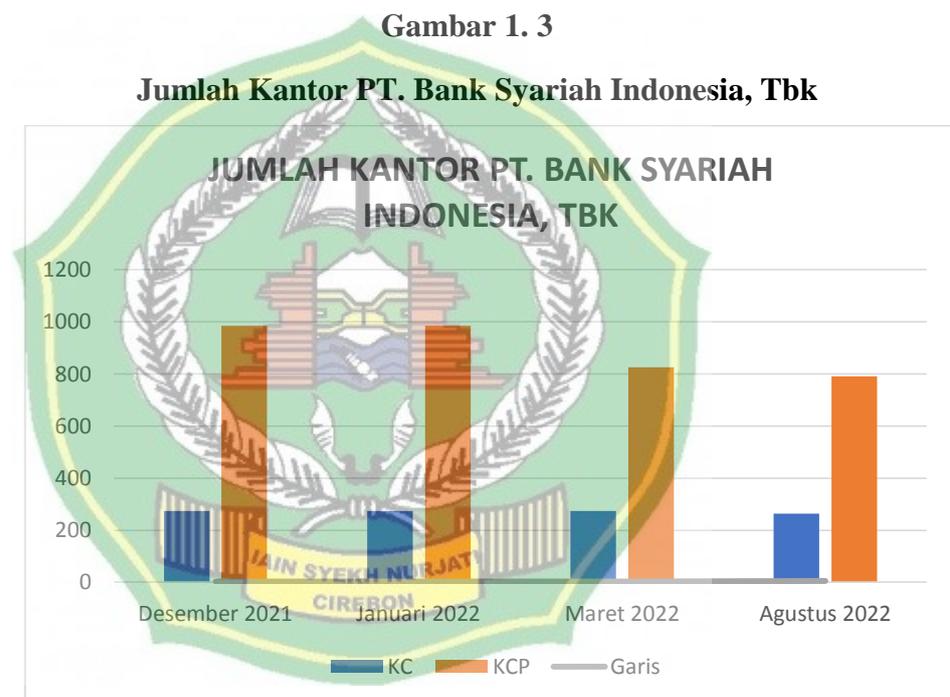
Berdasarkan tabel di atas. Terdapat 4 produk KUR Syariah yaitu KURS Mikro dengan presentase nasabah 45%, kemudian KURS Kecil 10% dan KURS Super Mikro sebesar 25%. Hal ini menjelaskan bahwa minat masyarakat terhadap adanya produk KURS cukup tinggi.

Pemilihan KUR Syariah KCP Arjawinangun oleh beberapa orang disebabkan oleh pengaruh pengetahuan produk atas KUR Syariah tersebut, mengetahui produk merupakan salah satu bentuk upaya nasabah untuk lebih merasa aman dalam memilih suatu produk, karena pada masyarakat Arjawinangun rata-rata berpendidikan hanya sampai SMA dan menempuh pendidikan di pesantren se-wilayah Jawa Timur dan sekitarnya serta antusias masyarakat sekitar dalam peminjaman KUR Syariah. Masyarakat sekitar Arjawinangun sangat menyambut hangat adanya BSI KCP Arjawinangun ini, karena bukan hanya bank yang sesuai dengan syariah melainkan penawaran-penawaran menarik yang disuguhkan BSI KCP Arjawinangun terhadap calon nasabah. Karena hal ini, peneliti sangat tertarik dalam meneliti pengetahuan produk pada masyarakat wilayah Arjawinangun dalam KUR Syariah.

Suatu keputusan calon nasabah dalam memilih produk tidak luput dengan adanya promosi yang menarik sehingga calon nasabah terdapat keinginan untuk mengetahui lebih detail dan terperinci dalam mencari informasi suatu produk yang akan diambil. BSI KCP Arjawinangun mempromosikan produknya dengan cara langsung atau dengan cara online, seperti staff sales marketing mendatangi calon nasabah secara *door to door* (dari rumah ke rumah) atau membagikan informasi produk di kanal media sosial dan web resmi BSI KCP Arjawinangun. Promosi yang baik akan memberikan efek yang cukup signifikan yaitu calon nasabah akan lebih mengetahui sebuah produk dari suatu perusahaan, dan berimbas kepada income yang akan diterima

perusahaan. Karena promosi yang baik akan mempengaruhi hasil yang akan didapat.

Lokasi yang mudah dijangkau oleh calon nasabah sekitar memungkinkan dapat mempengaruhi calon nasaah untuk memilih suatu produk pada nak yang sudah tersedia, karena jika lokasi lebih dekat akan lebih efisien serta tidak membuang tenaga dan waktu, karena itu lokasi bisa mempengaruhi nasabah untuk memilih produk yang akan diambil. Berikut jumlah kantor Bank Syariah Indonesia :



Sumber : Statistik OJK 2021-2022

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa pada bulan Desember 2021 jumlah KC 273, KCP 985, pada Januari 2022 jumlah KC dan KCP masih sama dengan bulan sebelumnya, kemudian pada bulan Maret 2022 terjadi perubahan jumlah KC 273 dan jumlah KCP 826, kemudian pada bulan Agustus 2022 terdapat perubahan juga pada jumlah KC menjadi 263 dan jumlah KCP 791 unit. Hal ini, memberikan gambaran bahwa eksistensi Bank Syariah Indonesia mampu menandingi bank syariah lainnya di Indonesia.

Lokasi yang mudah dijangkau oleh calon nasabah sekitar memungkinkan dapat mempengaruhi calon nasabah untuk memilih suatu produk pada saat yang sudah tersedia, karena jika lokasi lebih dekat akan lebih efisien serta tidak membuang tenaga dan waktu, karena itu lokasi bisa mempengaruhi nasabah untuk memilih produk yang akan diambil. (Arief, 2018).

Pandangan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, lokasi, pelayanan dan minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KUR, baik secara parsial maupun secara simultan. Artinya, jika promosi, lokasi, pelayanan dan minat nasabah semakin tinggi, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan KUR Pada BRI Syariah KCP Majapahit Semarang akan semakin besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis melakukan penelitian terkait **"PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SYARIAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP ARJAWINANGUN"**.

B. Identifikasi Masalah

1. Wilayah Kajian

Penelitian ini, mengkaji mengenai pengaruh pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk kredit usaha rakyat (KUR) syariah pada bank syariah Indonesia KCP Arjawinangun. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian *entrepreneurship* dan produk halal, dengan topik Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan pada saat meneliti sebuah populasi atau sample

dengan menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian dengan prosedur statistik yang berlaku, teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini penulis akan menafsirkan “Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun, dengan cara penyebaran kuisisioner yang dibagikan kepada responden, setelah itu akan dianalisis atau diukur menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian. Sehingga penulis dapat memberikan informasi yang lengkap dan jelas mengenai permasalahan tersebut.

3. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun. Dalam hal ini, yaitu mengenai keputusan nasabah memilih produk KUR Syariah.

C. Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian supaya tidak terjadi perluasan masalah yang diteliti dan memberi kemudahan pada proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut :

- a. Apakah pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun?

- b. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun?
- c. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun?
- d. Apakah pengetahuan produk, promosi dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun?

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.
2. Untuk mengetahui memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.
3. Untuk mengetahui memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.
4. Untuk mengetahui memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan secara Teoritis
Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dan tugas akademik dimana untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

2. Kegunaan secara Praktis

- a. Seagai bahan referensi dan ahan masukan bagi penulis dan pemaca
- b. Penelitian ini di harapkan dapat digunakan seagai literatur serta referensi bagi para pemaca yang memang akan meneliti dan berkepentingan untuk menggunakan pengaruh pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk kredit usaha rakyat (kur) syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.

F. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka peneliti menyusun penulisan skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

- 1) **BAB I : PENDAHULUAN.** Bab menggambarkan isi dan bentuk penelitian yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.
- 2) **BAB II : LANDASAN TEORI.** Bab Tinjauan Umum Tentang Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.
- 3) **BAB III : METODELOGI PENELITIAN** Bab yang menguraikan variabel-variabel penelitian dan definisi operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, populasi, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta metode analisis yang digunakan.
- 4) **BAB IV : HASIL PENELITIAN** Bab yang menguraikan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah memilih kredit

usaha rakyat (KUR) syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.

- 5) **BAB V : PENUTUP.** Penutup Menguraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab ke empat sebagai jawaban singkat atas permasalahan yang diteliti. Penulis juga akan menyampaikan saran terhadap hasil penelitian yang telah diuraikan.

