

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui lembaga perbankan guna meningkatkan akses permodalan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan usaha masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui penyediaan kredit dengan suku bunga rendah dan persyaratan yang lebih mudah. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu bank penyalur KUR memiliki peran penting dalam menyalurkan pembiayaan kepada pelaku UMKM di berbagai daerah, termasuk pada BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis.

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu upaya penting yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam proses pembangunan ekonomi tersebut, sektor UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Sarfiah, Atmaja, dan Vrawati (2020), UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi sehingga mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi.

Perkembangan UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Tambunan (2021), UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

Meskipun memiliki potensi yang besar, dalam menjalankan usahanya pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala utama yang sering dihadapi adalah keterbatasan modal usaha. Modal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha. Tanpa adanya modal yang cukup, pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas usaha, serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Menurut Nugroho dan Hidayah (2022), keterbatasan akses pembiayaan masih menjadi salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia.

Keterbatasan modal tersebut seringkali menyebabkan pelaku UMKM tidak dapat mengembangkan usahanya secara optimal. Banyak pelaku usaha yang memiliki potensi usaha yang baik namun tidak dapat berkembang karena keterbatasan modal yang dimiliki. Selain itu, sebagian pelaku UMKM juga mengalami kesulitan dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan seperti bank. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya jaminan, keterbatasan administrasi, serta kurangnya pemahaman mengenai prosedur

pengajuan kredit. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022), masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki literasi keuangan yang memadai sehingga kesulitan dalam mengakses layanan keuangan formal.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia meluncurkan berbagai program pembiayaan yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM memperoleh akses modal usaha. Salah satu program pembiayaan yang diberikan oleh pemerintah adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Menurut Bank Indonesia (2023), Kredit Usaha Rakyat merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang memiliki usaha produktif dan layak namun belum memiliki akses pembiayaan yang memadai dari perbankan.

Program Kredit Usaha Rakyat disalurkan melalui berbagai lembaga perbankan, salah satunya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI dikenal sebagai salah satu bank yang memiliki fokus pada pembiayaan sektor UMKM. Melalui program KUR, pelaku UMKM dapat memperoleh tambahan modal usaha yang dapat digunakan untuk mengembangkan kegiatan usaha mereka. Menurut Hery (2021), kredit perbankan merupakan salah satu sumber pembiayaan yang penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas usaha serta memperluas kegiatan bisnis yang dijalankan.

Menurut Setiawan dan Pratama (2021), minat pelaku UMKM untuk mengajukan Kredit Usaha Rakyat masih belum sepenuhnya optimal. Masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memanfaatkan program KUR sebagai sumber pembiayaan usaha mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor,

salah satunya adalah kurangnya informasi yang dimiliki oleh masyarakat mengenai program KUR. rendahnya pemahaman masyarakat mengenai produk perbankan dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan keuangan yang tersedia.

Dalam hal ini, peran lembaga perbankan sangat penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk pembiayaan yang mereka tawarkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak bank untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk pembiayaan adalah melalui kegiatan pemasaran yang efektif. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah *Personal Selling*.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020), *Personal Selling* merupakan komunikasi langsung antara tenaga penjual dengan calon pelanggan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, memberikan penjelasan secara rinci, serta membujuk pelanggan agar tertarik menggunakan produk yang ditawarkan. *Personal Selling* memiliki keunggulan karena memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara tenaga pemasaran dan calon nasabah sehingga informasi yang diberikan dapat lebih jelas dan mudah dipahami.

Melalui kegiatan *Personal Selling*, petugas pemasaran bank dapat memberikan penjelasan secara langsung mengenai manfaat produk KUR, persyaratan pengajuan kredit, serta prosedur yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Selain itu, tenaga pemasaran juga dapat menjawab berbagai pertanyaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan pemahaman mereka mengenai produk pembiayaan yang ditawarkan oleh pihak bank.

Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank penyalur Kredit Usaha Rakyat memiliki peran penting dalam meningkatkan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Salah satu unit kerja BRI yang turut menyalurkan program KUR adalah BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis. Sebagai lembaga perbankan yang melayani masyarakat di wilayah tersebut, BRI Unit Sindangkasih memiliki tanggung jawab untuk membantu pelaku UMKM memperoleh akses pembiayaan usaha yang dapat mendukung perkembangan usaha mereka.

Untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengajukan Kredit Usaha Rakyat, pihak bank perlu melakukan berbagai strategi pemasaran yang efektif, salah satunya melalui kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh petugas pemasaran bank kepada pelaku UMKM. Melalui pendekatan secara langsung kepada masyarakat, diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan prosedur pengajuan KUR sehingga minat mereka untuk mengajukan kredit usaha rakyat dapat meningkat.

Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan di lapangan. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa meskipun program Kredit Usaha Rakyat (KUR) telah banyak disosialisasikan oleh pemerintah dan perbankan, namun tingkat pemanfaatannya oleh pelaku UMKM masih belum merata dan optimal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mengajukan kredit ke perbankan, khususnya pada tingkat unit seperti BRI Unit Sindangkasih Ciamis. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan program pembiayaan dengan tingkat pemanfaatannya oleh masyarakat.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan program KUR saja belum cukup untuk meningkatkan minat UMKM dalam mengakses pembiayaan. Masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi, seperti kurangnya pemahaman pelaku UMKM mengenai prosedur kredit, persepsi risiko terhadap pinjaman, serta minimnya pendekatan komunikasi yang efektif dari pihak bank. Dalam hal ini, *Personal Selling* menjadi salah satu strategi yang dinilai mampu menjembatani kesenjangan informasi tersebut melalui pendekatan komunikasi secara langsung, interaktif, dan persuasif.

Namun demikian, berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian hanya menyoroti pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah secara umum atau dikombinasikan dengan variabel lain, serta belum secara spesifik mengkaji produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada tingkat unit perbankan di daerah. Oleh karena itu, terdapat research gap berupa masih terbatasnya penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh *Personal Selling* terhadap minat UMKM dalam mengajukan KUR, khususnya di BRI Unit Sindangkasih Ciamis.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam tugas akhir dengan judul:

“Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Minat UMKM Dalam Mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis.”

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam tugas akhir dengan judul:

“Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Minat UMKM Dalam Mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis.”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1. Bagaimana pelaksanaan *Personal Selling* pada produk KUR di BRI Unit sindangkasih ciamis kepada pelaku UMKM.
2. Bagaimana tingkat minat UMKM dalam mengajukan kredit usaha rakyat (KUR) di BRI unit sindangkasih ciamis.
3. Seberapa besar pengaruh *Personal Selling* terhadap minat UMKM dalam mengajukan KUR di BRI sindangkasih.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui pelaksanaan *Personal Selling* produk KUR di BRI Unit Sindangkasih Ciamis.
2. Mengetahui minat UMKM dalam mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Sindangkasih Ciamis.
3. Mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap minat UMKM dalam mengajukan KUR di BRI Sindangkasih Ciamis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulisan Tugas Akhir ini disusun dengan harapan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran dan perbankan, terutama yang berkaitan dengan pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai strategi pemasaran perbankan khususnya mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

b. Bagi Jurusan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi informasi yang bermanfaat serta menjadi referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di kalangan mahasiswa, khususnya di program studi D-3 Perbankan dan Keuangan.

c. Bagi Perusahaan

diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Bank Rakyat Indonesia khususnya BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis dalam meningkatkan strategi pemasaran, terutama melalui kegiatan *Personal Selling*, guna meningkatkan minat pelaku UMKM dalam mengajukan Kredit Usaha Rakyat.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sindangkasih Ciamis. Yang beralamat Jalan Raya Nasional Sindangkasih, Kec. Sindangkasih, Kab. Ciamis.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan untuk penelitian dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan juli 2026.

Tabel 1.1
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2026																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul dan rekomendasi pembimbing																				
2	Konsultasi awal dan Menyusun rencana kegiatan																				
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																				
4	Seminar Tugas Akhir																				
5	Revisi Tugas Akhir dan persetujuan revisi																				
6	Pengumpulan dan pengolahan data																				
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																				
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																				

Sumber: Diolah penulis, 2026