

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tingkat persaingan dunia perbankan di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi nasabah dalam mengambil keputusan memilih jasa perbankan khususnya jasa koperasi.

Menurut UU No.25 / 1992 pengertian Koperasi adalah Badan Usaha yang beranggotakan orang-orang atau Badan Hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi Simpan Pinjam merupakan lembaga keuangan yang dibangun berdasarkan asas kekeluargaan, gotong royong serta kebersamaan dimana Koperasi Simpan Pinjam merupakan lembaga keuangan non perbankan yang dioperasikan oleh orang seorang untuk memenuhi kebutuhan bersama. Koperasi Simpan Pinjam mengelola dana dari masyarakat dan untuk masyarakat berupa simpanan dan pinjaman.

Koperasi berbeda dengan perbankan yang memiliki perlindungan dana seperti LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) yang dapat meningkatkan tingkat keamanan yang masih banyak dipertanyakan oleh masyarakat. Menteri Koperasi dan UKM (Menkop UKM) Teten Masduki menyatakan menegaskan, pada 2022 seluruh koperasi di Indonesia seharusnya masuk dalam kategori sehat. Saat ini, dari 152.000 koperasi yang terdata,

setengahnya dalam kondisi kurang sehat, setengahnya lagi dalam kondisi sehat. Selain itu, sebanyak 40.000 lebih koperasi sudah dibubarkan karena tidak aktif, hanya papan nama, dan abal-abal. Praktisi Koperasi Milenial dan Ekonomi Kerakyatan Frans Meroga Panggabean yang mewakili Asosiasi Koperasi Simpan Pinjam Indonesia (Askopindo) mengatakan, kontribusi koperasi terhadap ekonomi nasional selama ini stagnan di angka lima persen.

Koperasi memiliki tujuan menyejahterakan anggota dan membangun tatanan perekonomian nasional serta sebagai penunjang perekonomian. Tingkat keamanan dan kenyamanan dana anggota atau calon anggota merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi dimana hal ini dapat berpengaruh terhadap pencapaian kinerja pemasaran dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Kemampuan Koperasi dalam beradaptasi dengan adanya perubahan lingkungan yang buruk seperti banyaknya Koperasi yang tidak aktif, persaingan antar lembaga keuangan baik Bank BUMN, Bank Swasta maupun lembaga keuangan lainnya, serta persaingan peningkatan teknologi, diffrensiasi produk pesaing, pengembangan modal manusia pesaing. Hal ini mengharuskan Koperasi Simpan Pinjam perlu adanya perhatian khusus dalam meningkatkan kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai mediasi agar dapat memberikan pelayanan dan keamanan yang baik untuk masyarakat sehingga mampu membangun Koperasi yang lebih berkualitas.

Beberapa aspek yang harus dipertimbangkan oleh organisasi dalam proses meningkatkan daya saing adalah aspek pasar dan pemasaran. Dalam rangka percepatan proses Ijin Usaha pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Untuk menindaklanjuti PP tersebut, Kementerian Koperasi dan UKM mengeluarkan dua Peraturan Menteri, yaitu Peraturan Menteri Nomor 11 Tahun 2018 tentang Perizinan Usaha Simpan Pinjam Koperasi dan Peraturan Menteri Nomor 02 Tahun 2019 tentang Perizinan Berusaha terintegrasi secara Elektronik Bagi Usaha Mikro dan Kecil. Petugas Pelayanan Koperasi Disnakerkukm Kab. Kebumen melakukan pendampingan dalam hal pengisian data kelembagaan, keuangan, dan usaha khususnya Perizinan Koperasi pada aplikasi OSS.

Adapun Persyaratan yang harus disiapkan dalam Perijinan Pendirian Koperasi melalui Aplikasi OSS antara lain: Akta pendirian koperasi, Npwp salah satu pengurus, npwp koperasi, email koperasi, ktp salah satu pengurus, buku RAT terakhir, neraca, laporan triwulan, omset perjenis usaha yang dimiliki koperasi per tahun, modal kerja 3 bulan per jenis usaha yang dimiliki koperasi, virtual account bpjs kesehatan/ ketenagakerjaan, no.wlkp (jika ada), bukti setoran modal di buku tabungan.

Berawal dari sinilah, muncul tuntutan perusahaan agar mampu merumuskan strategi pemasaran dengan baik. Perusahaan perlu untuk membuat strategi-strategi pemasaran yang kreatif dan selaras dengan perubahan kondisi lingkungannya. Persaingan yang terjadi sekarang ini

sangat berbeda dari persaingan pada masa lalu sehingga program-program pemasarannya pun perlu disesuaikan. Kreatifitas dalam pembuatan program pemasaran menjadi kunci kesuksesan perusahaan dalam era globalisasi. Perusahaan atau Koperasi yang hanya mengandalkan jiwa kewirausahaan dari organisasinya saja tanpa disertai dengan kemampuan untuk membuat program pemasaran yang kreatif akan sulit untuk berkembang karena mereka hanya memiliki visi namun tidak disertai dengan strategi yang mendukungnya. Begitu pula sebaliknya, kemampuan dalam pembuatan program pemasaran yang kreatif akan sulit dilakukan jika tidak disertai oleh kemampuan untuk melihat apa tantangan yang sebenarnya sedang dihadapi.

Primkoveri merupakan salah satu koperasi yang didirikan tepatnya tanggal 15 Agustus 1995. Primkoveri merupakan singkatan dari (Primer Koperasi Veteran Republik Indonesia) yang beralamat di Jalan Pemuda Gang Mawar No.14 Kebumen. Seiring berjalannya waktu Primkoveri mengalami perkembangan yang signifikan, oleh karena itu Primkoveri mendirikan kantor cabang yang bernama Kopper yang beralamat di Jalan Pemuda. Tidak hanya di Kebumen, Koperasi ini juga didirikan di beberapa kota di Jawa Tengah. Setiap satu tahun sekali Primkoveri melakukan kegiatan rutin RAT (Rapat Anggota Tahunan).

Primkoveri merupakan salah satu koperasi yang mampu bertahan bahkan mampu berkembang di era ketatnya persaingan saat ini. Berikut ini adalah daftar nama pesaing dengan usaha perbankan yang sejenis dengan

Primkoveri. Peneliti melakukan observasi dilapangan terkait dengan jumlah nasabah yang pernah melakukan peminjaman dana tunai pada beberapa kompetitor. Observasi ini dilakukan dengan jumlah 50 nasabah yang pernah melakukan pinjaman di beberapa koperasi yang merupakan kompetitor dari Primkoveri. Berikut ini adalah data hasil observasi dilapangan.

**Tabel I- 1**  
**Kompetitor Primkoveri di Kebumen**

No	Nama Koperasi	Jumlah Nasabah	%
1	Koperasi Semarak Dana	13	26%
2	Koperasi Bina Arta Mandiri	11	22%
3	Koperasi Arta Mulia	10	20%
4	Koperasi Nusantara	9	18%
5	Koperasi Bima	7	14%
Total		50 Nasabah	100%

*Sumber: Data 5 KSP di Kebumen Tahun 2023*

Berdasarkan tabel data kompetitor diatas, menunjukkan ketatnya persaingan Koperasi di Kebumen. Berdasarkan observasi dilapangan, banyak nasabah yang juga merupakan nasabah dari beberapa kompetitor diatas. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan Koperasi khususnya Primkoveri dilapangan didominasi oleh Koperasi Semarak Dana dengan 26%, Bina Arta Mandiri 22%, Arta Mulia 20%, Nusantara 18%, dan Bima 14%. Fenomena ini didapat dari observasi dilapangan dan wawancara terhadap beberapa nasabah yang juga merupakan nasabah dari beberapa koperasi tersebut. Oleh karena itu, dalam menghadapi era globalisasi nantinya, ketergantungan perusahaan akan orientasi kewirausahaan para pemiliknya harus disertai dengan kemampuan perusahaan untuk merumuskan strateginya dan

mengimplementasikan strategi dengan baik. Strategi dapat dipandang sebagai respon perusahaan, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, dalam menghadapi tantangan dan peluang akibat perubahan lingkungan yang terjadi.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan miniriset guna mengetahui dugaan sementara faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi nasabah pada Primkoveri. Berikut ini adalah hasil data observasi berupa pertanyaan yang dibagikan kepada 35 nasabah Primkoveri di Kebumen.

**Tabel I- 2**  
**Hasil Observasi Keputusan Menggunakan Jasa Kredit Pinjaman Pada Primkoveri di Kebumen**

No	Nama Variabel	Alasan	Jumlah	Prosentase
1	Prosedur Kredit	Mudah dalam mengajukan prosedur kredit	13	37%
2	Kualitas Pelayanan	Pelayanan ramah, dan komunikatif	10	29%
3	Promosi	Rutin dalam kunjungan dan selalu mempromosikan untuk perpanjangan pinjaman	8	23%
4	Kemudahan	Mudah dalam pencairan dana	4	11%
Jumlah			35	100%

*Sumber : Data Observasi Tahun 2023*

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil variabel penelitian sesuai dengan kondisi fenomena yang terjadi pada konsumen yang memutuskan menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen, prosentase tertinggi yang mempengaruhi keputusan

menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri yaitu variabel Prosedur Kredit dengan 37%, Kualitas Pelayanan dengan perolehan prosentase 29%, dan promosi dengan 23%. Berdasarkan fenomena dan hasil observasi diatas maka peneliti tertarik meneliti lebih dalam lagi mengenai ketiga variabel tersebut.

Menurut (Malayu S.P. Hasibuan, 2006) Prosedur Kredit adalah suatu tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit. Fenomena prosedur kredit yang diterapkan pada nasabah tidak terlalu berbelit bahkan dapat dikatakan sangat mudah. Bahkan setiap karyawan marketing pada Primkoveri mampu mengambil keputusan diwaktu itu juga Ketika nasabah ingin pengajuan peminjaman dana tunai. Syaratnya juga bisa dikatakan sangat sederhana, karena syarat prosedur kredit hanya bermodal kartu tanda penduduk sebagai identitas dan tidak diminta agunan sebagai jaminan. Hal ini sangat membantu nasabah dalam mempermudah prosedur kredit untuk menjadi nasabah Primkoveri. Fenomena ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bramantyo (2017), hasil penelitian membuktikan bahwa prosedur kredit berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit.

Menurut Kotler (2015) merumuskan bahwa: “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Fenomena kualitas pelayanan yang diterapkan pada nasabah lebih kekomunikasi, sikap, tindakan yang ramah, sopan. Selain itu kecepatan pelayanan dalam mencairkan dana

juga salah satu faktor yang mampu mempengaruhi nasabah menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri. Fenomena ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohmah (2017), hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembiayaan pada BMT.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:92), mendefinisikan pengertian promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Fenomena promosi yang diterapkan pada nasabah lebih kekomunikasi secara langsung, media sosial, maupun brosur, sehingga calon nasabah bisa dengan mudah menemukan promosi yang dilakukan oleh Primkoveri. Fenomena ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daud (2013), hasil penelitian membuktikan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. BESS Finance.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Prosedur Kredit, Pelayanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kredit Pinjaman Pada Primkoveri di Kebumen”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Meningkatkan keputusan menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen merupakan hal kunci yang harus diupayakan oleh

Primkoveri di Kebumen, karena dengan meningkatnya menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen mampu memajukan Primkoveri dalam bersaing dengan kompetitor. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen antara lain yaitu prosedur kredit, kualitas pelayanan, dan promosi.

Berdasarkan uraian fenomens latar belakang masalah, maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Prosedur Kredit berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
4. Apakah Prosedur Kredit, Kualitas Pelayanan, dan Promosi, berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk lebih memfokuskan masalah dan menghindari hal-hal yang tidak sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis membatasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penulis hanya membatasi pada nasabah Primkoveri yang menggunakan jasa kredit pinjaman Primkoveri di Kebumen.

2. Penulis membatasi pada variabel penelitian yang meliputi antara lain:

1) Keputusan menggunakan jasa (Y)

Menurut Kotler (2016), keputusan menggunakan jasa sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual menggunakan jasa suatu produk. Keputusan menggunakan jasa merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan penggunaan dapat didefinisikan sebagai suatu tahap dimana pengguna membeli produk dan menggunakannya.

Menurut Hsu dan Chang (2008), mengemukakan beberapa indikator dalam keputusan menggunakan jasa yaitu antara lain:

- a. Keputusan untuk menggunakan jasa
- b. Keputusan untuk membeli jasa
- c. Memprioritaskan pembelian suatu jasa
- d. Kesiapan untuk berkorban (waktu, biaya, dan tenaga) mendapatkan suatu produk.

2) Prosedur Kredit ( $X_1$ )

Menurut Hasibuan (2016), tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit, Prosedur kredit juga dapat berarti upaya bank dalam mengurangi resiko pemberian kredit. Menurut Utami (2019), indikator prosedur kredit dibatasi pada:

- a. Persyaratan
- b. Kemudahan prosedur

c. Kecepatan pelaksanaan

d. Realisasi kredit

3) Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Fandy Tjiptono (2016), terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

a. *Tangibles*

b. *Reliability*

c. *Responsiveness*

d. *Assurance*

e. *Empathy*

4) Promosi ( $X_3$ )

Menurut Tjiptono (2015: 387), promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Menurut Kotler (2016), menjelaskan bahwa kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya. Menurut Kotler (2016), indikator promosi dibatasi pada :

a. Pesan promosi.

- b. Media promosi.
- c. Waktu promosi

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari peneliti ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
3. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.
4. Mengetahui Prosedur Kredit, Kualitas Pelayanan, dan Promosi, berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh prosedur kredit, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa.
- b. Bagi mahasiswa, sebagai media pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

### 1.5.2. Manfaat Teoritis

Bagi pihak Primkoveri di Kebumen diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan jasa kredit pinjaman pada Primkoveri di Kebumen, seperti faktor pelayanan, promosi, dan prosedur kredit

