

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang terjadi dalam bidang industri perbankan saat ini menjadi semakin ketat. Dimana perkembangan jumlah bank swasta dan juga bank syariah terus meningkat secara pesat. Persaingan yang terjadi dalam bidang industri perbankan di Gresik saat ini menjadi semakin ketat. Dimana perkembangan jumlah bank swasta terus meningkat secara pesat seperti BPR Syariah Amanah Sejahtera, BPR Intan Nasional, BPR Intan Kita, dan bank-bank lainnya yang terus bermunculan di sekitar wilayah kantor BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik. Terjadinya persaingan tersebut, berarti telah terjadi pula perubahan di dalam strategi promosi dalam rangka mengoptimalkan layanan perbankan. Prospek industri perbankan yang semakin meningkat menuntut lembaga perbankan memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk dan layanan perbankan. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mendukung adalah penggunaan bauran promosi. Diharapkan dengan menerapkan strategi promosi yang tepat melalui periklanan, pelayanan, dan pemasaran langsung perusahaan dapat langsung meraih target pasar yang diinginkan dan sekaligus dapat menciptakan *image* yang bagus bagi perusahaan.

Perusahaan atau lembaga perbankan yang akan tampil menjadi pemenang tentunya perusahaan atau lembaga perbankan yang benar-benar memahami kebutuhan, tuntutan dan keinginan konsumen/nasabah. Perusahaan harus memahami benar siapa pasar sasarannya sekaligus bagaimana perilaku konsumen

terhadap produk dan jasa yang ditawarkan dan perusahaan juga harus memberikan waktunya untuk mempelajari perilaku dari para konsumen.

Mengingat betapa pentingnya peran pelayanan bagi kehidupan suatu organisasi atau perusahaan. Pelayanan adalah tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima (Lovelock dan Wright, 2007:5). Menurut Kotler dan Keller (2009:36), pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

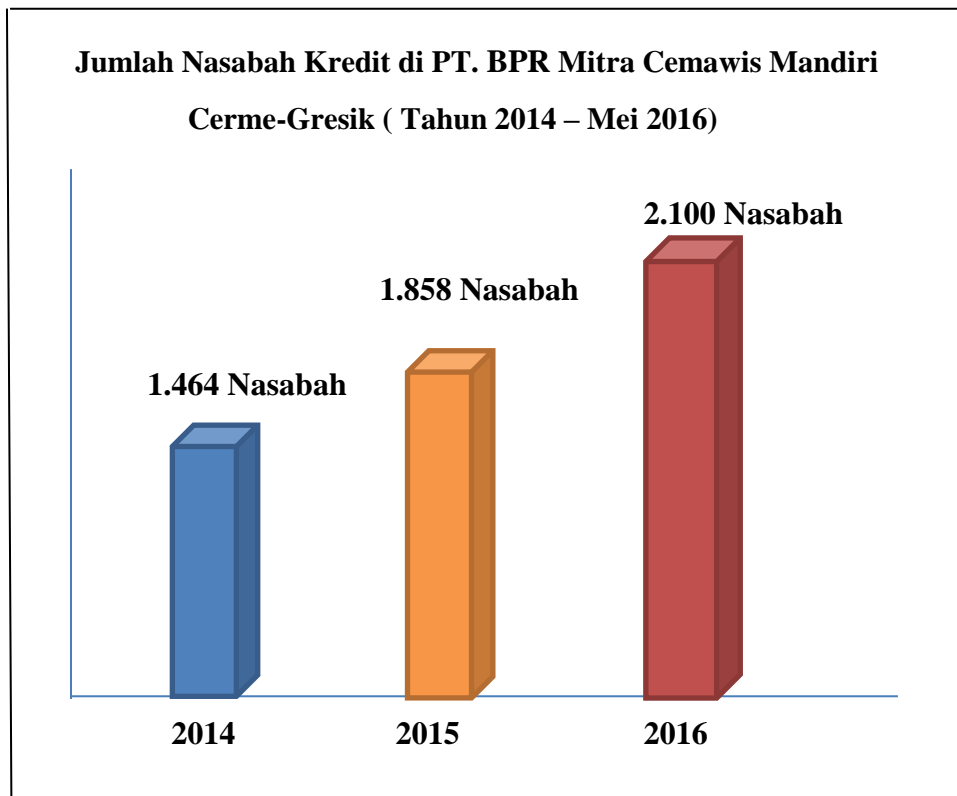
Menurut Agung, Kurniawan, (2008:6), Pelayanan adalah pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen/nasabah terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.

Program layanan *one day* yaitu pelayanan pencairan kredit dalam waktu satu hari. Kredit yang diberikan kepada nasabah dengan jumlah dibawah Rp 10.000.000-, yang mengutamakan kecepatan pelayanan proses pencairan dengan maksimal satu hari kerja dari data pengajuan yang masuk. layanan *one day* ini sangat mempengaruhi minat nasabah untuk mengajukan kredit di PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik

Selain pelayanan, iklan media elektronik memiliki kekuatan untuk mempengaruhi secara cepat dan luas mengenai perilaku seseorang, juga dapat

menarik serta mengarahkan perhatian publik melalui sebuah konten yang disajikannya. Keyakinan akan iklan media elektronik berdasarkan jangkauan dan dampaknya yang besar seperti radio, telepon, dan internet, Nasabah yang tertarik dengan informasi yang disampaikan melalui iklan media elektronik maka akan berminat untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik. Menurut Budi, Astuti dan Sri, Yeni (2007;65), yang menyatakan bahwa tema iklan dan frekuensi pemutaran iklan media elektronik berpengaruh signifikan terhadap kesadaran dan minat konsumen/nasabah.

Minat nasabah dalam mengajukan kredit merupakan sebuah proses yang dilakukan nasabah pada saat mengambil kredit, kemudian nasabah memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada. minat nasabah dalam mengambil kredit pada suatu bank akan dapat meningkatkan eksistensi bank tersebut untuk dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, di samping itu dengan adanya nasabah yang mengambil kredit menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kredit bank tersebut. Dengan demikian minat nasabah dalam mengambil kredit menjadi hal yang sangat penting bagi suatu bank terlebih Bank pengkreditan rakyat (BPR).



Gambar 1.1
Jumlah Nasabah Kredit di PT. BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme-Gresik
(Tahun 2014 – Mei 2016)

Disini peneliti memilih PT BPR Mitra Cemawis Mandiri di Jl. Raya Cerme Kidul 97A, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik karena dari segi pelayanannya/ promosi dan iklan di media elektronik terutama radio sangat baik terbukti dengan jumlah nasabah yang stabil terutama dalam pengajuan kreditnya, dapat dilihat di gambar 1.1 perbandingan tahun ke tahun jumlah nasabah kredit di PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik terus meningkat. Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh layanan one day dan media elektronik terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik. Dari beberapa hal yang peneliti mengemukakan, maka usulan penelitian ini peneliti memberi judul "Analisis pengaruh layanan *one day* dan

iklan media elektronik terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah layanan *one day* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik?
2. Apakah iklan media elektronik berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik?
3. Apakah layanan *one day* dan iklan media elektronik berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial layanan *one day* terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial iklan media elektronik terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.

3. Untuk mengetahui pengaruh layanan *one day* dan iklan media elektronik secara simultan terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori yang didapat di bangku kuliah serta memperluas wawasan berpikir tentang analisis pengaruh layanan *one day* dan iklan media elektronik terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.

2. Bagi PT BPR Mitra Cemawis Mandiri

Bisa memberikan informasi dan masukan terhadap PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik sejauh mana variabel pengetahuan layanan *one day* dan iklan media elektronik berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit dengan menggunakan pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan wawasan bagi peneliti lain sehingga bisa berkembang dan lebih berkembang lagi dalam mempelajari manajemen pemasaran.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai analisis pengaruh layanan *one day* dan iklan media elektronik terhadap minat nasabah untuk mengajukan kredit pada PT BPR Mitra Cemawis Mandiri Cerme Gresik.