

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil PT. Bank Rakyat Indonesia**

PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah bank terbesar keempat di Indonesia dalam hal aset. Bank Rakyat Indonesia (BRI) berkembang menjadi jaringan perbankan terluas di Indonesia dengan lebih dari 9.000 kantor cabang. Berpengalaman lebih dari 20 tahun, Bank Rakyat Indonesia (BRI) senantiasa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam merespons berbagai kebutuhan nasabah. Bank Rakyat Indonesia dikenal fokus pada segmen usaha mikro, kecil dan menengah dengan jaringan terbesar dan terluas secara *real-time* online di seluruh Indonesia. Dilansir dari [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com) (2022) Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) mengatakan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) dinilai mampu memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan yang dijalankan, salah satunya ialah penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM).

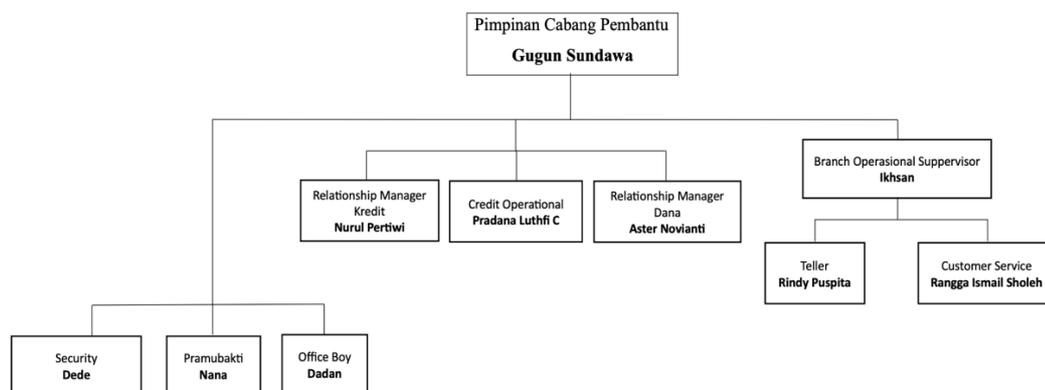
UMKM yang mengambil program KUR di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Rajawali Kota Bandung berasal dari berbagai sektor usaha, seperti pertanian, perdagangan, kuliner, jasa, dan manufaktur. Sebagian besar di antaranya adalah pemilik usaha mandiri yang menjalankan bisnis mereka sendiri atau dengan bantuan keluarga terdekat. Adapun beberapa nasabah yang memiliki usaha keluarga atau bisnis kecil dengan karyawan yang terbatas. Dengan meneliti UMKM penerima KUR dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan mereka dalam memanfaatkan dana tersebut. Ini juga dapat membantu mengidentifikasi tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh UMKM penerima KUR dalam menggunakan KUR. Selain itu kita dapat mengevaluasi seberapa efektif KUR dalam membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas,

memperluas usaha, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatannya.

Salah satu alasan utama nasabah mengikuti program KUR adalah karena mereka menghadapi keterbatasan modal, dan pinjaman KUR dapat membantu mereka memperoleh tambahan modal untuk memperluas bisnis dan meningkatkan produksi. Selain itu, BRI juga memberikan pelatihan dan pendampingan kepada nasabah KUR untuk membantu para nasabah KUR mengelola bisnisnya dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

### 1.1.2 Struktur Organisasi

PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung memiliki susunan organisasi sebagai berikut:



**Gambar 1. 1 Struktur Organisasi BRI KCP Rajawali Kota Bandung**

*Sumber:* BRI KCP Rajawali Kota Bandung

### 1.1.3 Visi dan Misi

#### 1.1.3.1 Visi

Menjadi The Most Valuable Banking Group di Asia Tenggara, Champion of Financial Inclusion.

### 1.1.3.2 Misi

1. Mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional, teknologi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan konvensional maupun digital yang produktif.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik Good Corporate Governance yang sangat baik.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah, yang sering disingkat sebagai UMKM adalah jenis usaha ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan dan memperluas perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM di Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini disebutkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia, yaitu jumlahnya mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Seiring terus meningkatnya UMKM, daya serap tenaga kerjanya juga terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang didapat dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (2021) mencatat bahwa pada tahun 2019, tenaga kerja UMKM mencapai 119,6 juta orang, jumlah tersebut naik 2,21% dari 117 juta orang pada tahun sebelumnya. Angka tersebut mencakup 96,92% dari total angkatan kerja di Indonesia, sementara 3,08% sisanya berasal dari perusahaan besar. Begitu pula dengan jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Kota Bandung.

**Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Bandung Tahun 2017 - 2021**

| No | Tahun | Jumlah UMKM |
|----|-------|-------------|
| 1  | 2017  | 365.218     |
| 2  | 2018  | 387.815     |
| 3  | 2019  | 411.810     |

|   |      |         |
|---|------|---------|
| 4 | 2020 | 437.290 |
| 5 | 2021 | 464.346 |

*Sumber:* Dinas Koperasi Kota Bandung

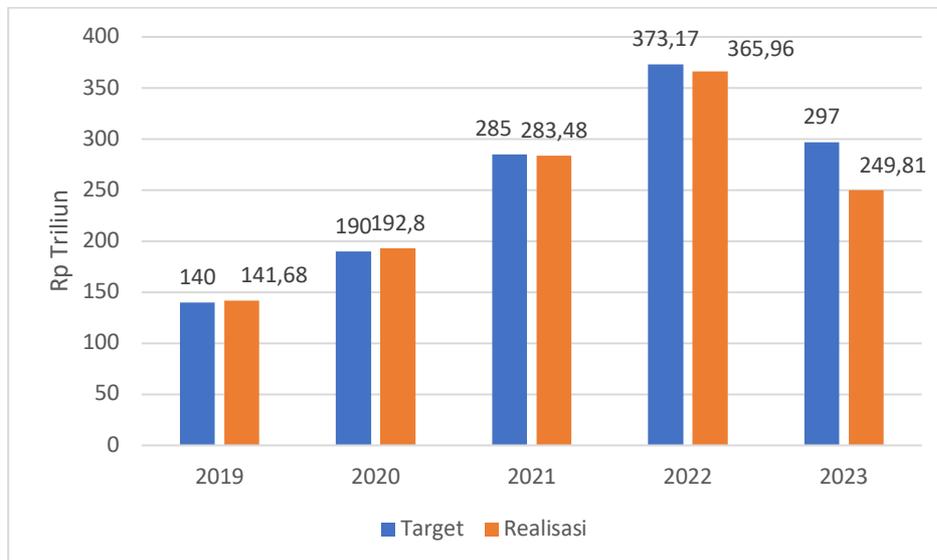
Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa setiap tahunnya UMKM di Kota Bandung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah UMKM yang meningkat di Kota Bandung menunjukkan bahwa keberadaan UMKM memiliki peran yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan dunia bisnis, semakin banyak orang ingin memulai usaha, baik di sektor jasa maupun perdagangan. Namun, berdasarkan data yang diperoleh dari kompas.com (2022) situasi ekonomi di Indonesia saat ini memiliki ketidaksetaraan ekonomi yang signifikan, tingkat pengangguran yang tinggi, dan tingkat kemiskinan yang masih cukup tinggi.

Dilansir dari ekon.go.id (2021) Menteri Koordinator Bidang Perekonomian mengatakan salah satu pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang telah terbukti dapat meningkatkan perekonomian negara. UMKM juga menawarkan banyak peluang kerja bagi tenaga kerja untuk membantu pemerintah mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Namun, perkembangan UMKM masih dihadapkan pada banyak tantangan dan hambatan dari dunia usaha. Menurut kementerian perdagangan nasional, salah satu hambatan dan tantangan yang dihadapi pengusaha adalah keterbatasan modal usaha. Keterbatasan modal membatasi kemampuan pengusaha untuk menjalankan usahanya, karena masalah tersebut bisa menjadi penghalang bagi berkembangnya suatu usaha menuju kesuksesan.

Sumber pendanaan yang bisa diperoleh adalah melalui pengajuan kredit untuk mendukung pengembangan usaha. Dilansir dari sikapiuangmu.ojk.go.id (2022) Pemerintah memberikan program kredit untuk pinjaman atau pembiayaan yang diatur dengan subsidi pemerintah untuk mendorong pemberdayaan ekonomi. Hal ini ditujukan untuk usaha mikro dan kelompok yang berpenghasilan menengah ke bawah dan sulit mendapatkan dana dari lembaga keuangan formal.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu program pemerintah Indonesia untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperoleh pembiayaan yang mudah dan murah. Dilansir dari kur.ekon.go.id (2016) Program KUR ini bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM di seluruh Indonesia, sehingga dapat membantu meningkatkan kesuksesan usaha dan pertumbuhan ekonomi. Sebelum adanya program KUR, akses pembiayaan bagi UMKM masih sangat sulit, terutama bagi pelaku usaha yang baru memulai usaha atau belum memiliki jaminan yang cukup. Hal ini disebabkan oleh tingginya risiko yang dihadapi oleh bank dalam memberikan kredit kepada UMKM, sehingga tingkat bunga yang diberikan oleh bank menjadi sangat tinggi. Dengan adanya program KUR, UMKM dapat memperoleh pembiayaan dengan bunga yang lebih rendah dan syarat yang lebih mudah, karena program ini didukung oleh pemerintah melalui penjaminan kredit. Hal ini memberikan kesempatan yang lebih besar bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya dan berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi.



**Gambar 1. 2 Target dan Realisasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Indonesia**

Sumber: DataIndonesia.id (2023)

Dari data target dan realisasi KUR di Indonesia selama 5 tahun terakhir di atas, diketahui pada tahun 2019 realisasi KUR melebihi target (Rp140 Triliun) yang ditentukan yaitu sebesar Rp141,68 Triliun. Pada tahun 2020 realisasi KUR juga melebihi target (Rp190 Triliun) yang ditentukan yaitu sebesar Rp192,8 Triliun.

Namun pada tahun 2021 realisasi KUR tidak menyentuh target (Rp285 Triliun) yaitu hanya sebesar Rp283,48 Triliun. Pada tahun 2022, walaupun terjadi peningkatan, namun realisasi KUR tidak juga menyentuh target (Rp373.17 Triliun) yang diberikan dan hanya terealisasi sebesar Rp365,96 Triliun. Pada tahun 2023 terjadi penurunan target dan realisasi KUR di Indonesia yang cukup drastis dari tahun sebelumnya yaitu dengan target Rp297 Triliun dan realisasi sebesar Rp249,81. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenko Perekonomian) mengungkapkan bahwa penerima KUR pada tahun ini didominasi oleh debitur yang baru pertama kali memperoleh KUR. Persentasenya sebanyak 70% dari total penerima KUR. Sedangkan debitur KUR yang bergraduasi atau naik kelas mencapai 53%. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak UMKM yang memanfaatkan KUR dan mendorong kapasitas usaha mereka.

Fahrial (2018) mengatakan bahwa peran perbankan dalam pembangunan ekonomi adalah mengalirkan dana bagi kegiatan ekonomi yaitu salah satunya dalam bentuk perkreditan bagi masyarakat perseorangan atau badan usaha. Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank yang turut serta dalam program penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR). Sebagai bank dengan jaringan terluas di Indonesia, BRI memiliki peran yang besar dalam memberikan akses pembiayaan kepada pelaku usaha kecil dan mikro. Dilansir dari [bisnis.tempo.co](https://bisnis.tempo.co) (2022) Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) mengatakan bahwa KUR yang diberikan BRI berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Secara umum, pendapatan usaha meningkat sebesar 50%. Selain itu, semakin besar nilai KUR yang diterima, maka potensi pendapatan yang akan meningkat mencapai 33%. Dan setiap kali nilai KUR meningkat sebesar Rp1 juta, penerima KUR memiliki kesempatan untuk meningkatkan keuntungan bersih mereka sebesar 35% atau kenaikan keuntungan 30%.

Namun, adanya kemudahan dalam pemanfaatan KUR untuk menjalankan usaha tidak menutup kemungkinan juga memunculkan beberapa kendala. Pertama, terkait aksesibilitas produk KUR. Suatu UMKM yang tergolong produktif dan layak terkadang menurut bank belum memenuhi persyaratan, sehingga calon debitur tidak bisa mengakses produk dimaksud. KUR semestinya menyediakan

akses pembiayaan yang mudah bagi UMKM namun sering kali pemohon merasa kesulitan dalam memenuhi persyaratan dari penyalur KUR. Selain itu, adanya penyediaan agunan tambahan, sedangkan berdasarkan Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2023 menjelaskan bahwa agunan tambahan tidak diberlakukan bagi KUR dengan plafon pinjaman sampai dengan Rp100 juta. Berikutnya terkait kualitas kredit, tidak selamanya UMKM yang menikmati fasilitas KUR akan berkembang baik. Ada risiko mereka gagal bayar (default) karena bermacam faktor, seperti perubahan regulasi, penataan kawasan, penurunan omzet, persaingan dan permasalahan pribadi atau rumah tangga. Oleh karena itu, sangatlah penting setelah pencairan kredit ada kegiatan pemantauan secara berkala, agar dapat dimitigasi sedini mungkin terjadinya kredit macet atau penurunan kualitas kredit. Poin permasalahan bagi penerima KUR lainnya pada saat pelunasan KUR, terutama bagi debitur yang ingin mengajukan pelunasan dini baik karena murni berhenti meminjam, terjadi perubahan skim pinjaman atau mengalami graduasi maupun pindah ke penyalur KUR yang lain.

Kota Bandung menjadi salah satu daerah yang turut menerima penyaluran KUR dari Bank Rakyat Indonesia (BRI). Berdasarkan data yang didapat dari ombudsman.go.id (2023) Kementerian Bidang Perekonomian mengatakan bahwa penyaluran kredit usaha rakyat (KUR) saat ini telah mencapai jumlah sebesar Rp16,73 triliun. Program pemberian KUR yang diselenggarakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) Bandung bertujuan untuk meningkatkan kompetensi usaha dan kesuksesan suatu UMKM. Melalui pemberian KUR ini, diharapkan pendapatan UMKM dapat meningkat dan mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan berperan dalam meningkatkan perekonomian di Kota Bandung.

\*Data 2014- 26 Desember 2022 (Dalam Rp Triliun)



### **Gambar 1. 3 Bank Penyalur Kredit Usaha Rakyat (KUR)**

*Sumber:* Sistem Informasi Kredit Program (SIKP)

Berdasarkan gambar di atas, dalam periode 2014 hingga 26 Desember 2022, tercatat bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi bank penyalur KUR terbesar dengan nilai akad Rp 899,01 triliun. Dengan jumlah akad Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang besar, diharapkan perbankan dapat berperan dan memberikan kontribusi terhadap pelaku UMKM terutama di Bandung yang notabene menjadi kota dengan jumlah UMKM cukup banyak yaitu sebesar 38.614 usaha. Sehingga sangat menarik untuk meneliti suksesnya usaha nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung guna mengevaluasi kinerja kegiatan usaha saat ini dan menerapkan tujuan baru dimasa mendatang sesuai dengan perkembangan pasar.

Namun banyaknya jumlah KUR yang disalurkan suatu bank tidak membuat suatu usaha berumur panjang. Sebagian usaha yang mendapat pembiayaan KUR juga tidak selalu berhasil mencapai tujuan bisnisnya untuk berkembang atau sukses. Salah satu alasan kegagalan ini adalah karena banyak pelanggan yang lebih percaya dan memilih untuk bertransaksi dengan usaha yang memiliki reputasi yang baik. Untuk mencapai kesuksesan usaha, hal ini jelas menjadi suatu masalah. Herbig dan Milewicz (1997) dalam Herawati *et al.* (2021) mengatakan bahwa pelanggan seringkali menggunakan merek untuk menilai kualitas dari produk, dan mereka lebih tertarik pada produk dengan merek yang dianggap memiliki kualitas dan nilai yang baik.

Dilansir dari [pointstar.co.id](http://pointstar.co.id) mengatakan bahwa kurangnya perencanaan, strategi berdasarkan pasar, dan manajemen waktu dapat menjadi salah satu masalah yang menghambat keberhasilan bisnis juga pada saat ini. Tanpa perencanaan yang

jas dan terperinci, usaha mungkin akan kehilangan arah dan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi yang kurang relevan dengan pasar atau pelanggan juga dapat menyebabkan usaha mengalami kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pangsa pasar. Dalam hal ini setiap UMKM diharuskan untuk memahami pasar mereka dengan baik, termasuk kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan, serta menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan temuan tersebut. Selain itu, manajemen waktu yang buruk juga dapat mengakibatkan penundaan dalam pelaksanaan proyek, pengiriman produk atau layanan, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Ini dapat berdampak negatif pada reputasi usaha dan menyebabkan kehilangan pelanggan. Hal Ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada pembiayaan KUR atau modal, tetapi ada beberapa faktor lain yang juga berperan dalam keberhasilan bisnis bagi penerima KUR.

Menurut Suryana (2014) keberhasilan bisnis merupakan target utama pada setiap perusahaan, dan semua kegiatan di dalamnya diarahkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Adapun kriteria keberhasilan bisnis menurut Suryana (2014) meliputi meningkatnya modal, meningkatnya pendapatan, meningkatnya volume penjualan, meningkatnya output produksi serta meningkatnya tenaga kerja.

Reputasi merek merupakan salah satu faktor dari keberhasilan bisnis. Menurut Febrianti (2012) mengatakan bahwa reputasi merek mengacu pada pandangan yang berupa kepercayaan dan preferensi terhadap suatu merek. Ketika Bisnis dapat mempertahankan reputasi merek dengan baik, maka akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang terus menerus. Namun, dalam konteks bisnis di Indonesia terdapat masalah yang cukup signifikan dihadapi oleh para pelaku bisnis UMKM. Dilansir oleh [tribunnews.com](http://tribunnews.com) (2017) mengatakan bahwa proses pendaftaran merek dagang untuk produk mereka sering kali menjadi kendala utama. Proses ini dikenal memakan waktu dan tidak transparan yang berdampak merugikan pelaku bisnis. Selain itu, terdapat masalah dalam ketersediaan informasi yang terbatas mengenai proses pendaftaran ini dan menjadikan proses tersebut menjadi rumit dan sulit diakses. Dapat dipahami bahwa meskipun reputasi merek merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis, pelaku

bisnis UMKM masih dihadapkan pada hambatan-hambatan tertentu dalam mengelola reputasi merek mereka secara efektif. Oleh karena itu, pemahaman mengenai reputasi merek dan berusaha untuk mengatasi kendala-kendala ini menjadi suatu keharusan dalam kerangka pengembangan bisnis di Indonesia.

Selain reputasi merek, kualitas layanan pelanggan juga menjadi faktor keberhasilan bisnis. Kasmir (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Biasanya, pelanggan akan kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain jika mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan. Sebaliknya, jika kualitas layanan rendah, pelanggan mungkin tidak akan kembali dan bahkan bisa memberikan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis. Namun, terdapat masalah yang harus diatasi dalam mencapai kualitas layanan pelanggan yang baik. Berdasarkan informasi dari berbagai sumber seperti [suaraindonesia.co.id](http://suaraindonesia.co.id) (2022) dan media lainnya, terlihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank masih jauh dari kondisi ideal. Masih banyak pegawai bank yang memberikan pelayanan buruk dan tidak beretika kepada nasabah, yang pada akhirnya membuat nasabah merasa kecewa. Hal ini menandakan adanya masalah dalam pelayanan pelanggan di sektor perbankan yang perlu diatasi agar bank dapat mempertahankan dan meningkatkan hubungan baik dengan nasabah serta reputasi mereka. Meningkatkan kualitas layanan pelanggan di sektor ini menjadi sangat penting untuk memenuhi keinginan pelanggan dan mencapai kesuksesan bisnis yang berlanjut.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan bisnis adalah pengiriman yang andal. Pengiriman yang dapat diandalkan memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan bisnis. Dengan pengiriman yang tepat waktu dan konsisten, bisnis dapat mencapai beberapa manfaat, termasuk kepuasan pelanggan yang tinggi, reputasi yang baik, bertahannya pelanggan, dan banyaknya pesanan. Namun faktanya masih terdapat masalah yang perlu diperhatikan. Dilansir dari [kataboks.co.id](http://kataboks.co.id) (2022), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melaporkan bahwa sekitar 3,2% dari total 535 aduan yang diterima selama tahun 2021 berkaitan dengan perusahaan jasa ekspedisi atau pengantar paket. Beberapa

permasalahan utama yang terungkap dalam pengaduan tersebut meliputi barang yang hilang (41% dari total aduan), barang yang tidak diambil oleh kurir (18%), barang yang tidak sampai (18%), harga pengiriman yang tidak sesuai (12%), serta masalah barang rusak dan estimasi pengiriman (masing-masing 6%). Di samping itu, tidak semua UMKM juga menghasilkan produk berupa barang yang perlu dikirim. Meskipun banyak UMKM memproduksi barang fisik, ada juga UMKM yang bergerak di sektor jasa atau digital yang tidak memerlukan pengiriman fisik. Seperti usaha jasa mungkin hanya memerlukan transfer informasi atau pelayanan langsung kepada pelanggan tanpa melibatkan pengiriman barang fisik. Ada juga UMKM yang menghasilkan barang fisik tetapi tidak mengirimkannya, terutama jika mereka beroperasi di pasar lokal di mana pelanggan dapat mengambil barang langsung dari tempat usaha atau toko mereka. Oleh karena itu, sifat pengiriman barang sebenarnya tidak selalu menjadi karakteristik yang melekat pada setiap jenis UMKM. Namun dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun pengiriman yang andal cukup penting dalam bisnis, masih terdapat tantangan dalam sektor pengiriman yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor ini dalam konteks pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Inovasi produk juga termasuk faktor keberhasilan bisnis. Inovasi produk merupakan elemen penting dalam keberhasilan bisnis. Bisnis yang mampu mengidentifikasi peluang untuk inovasi dan secara konsisten menghadirkan produk baru yang berkualitas tinggi memiliki potensi besar untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan di pasar. Meskipun telah ada upaya untuk meningkatkan inovasi dalam bisnis, dilansir dari [antaranews.com](https://antaranews.com) (2023) Kepala eksekutif pengawas perilaku pelaku usaha jasa keuangan, edukasi, dan perlindungan konsumen di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki banyak bisnis namun sangat kurang dalam hal berinovasi. Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi ketidaksetaraan dalam hal ini jika dibandingkan dengan pesaing mereka di negara lain. Komentar tersebut mengindikasikan bahwa ada kesenjangan yang signifikan dalam kemampuan inovasi, strategi promosi, dan kualitas kemasan antara UMKM di Indonesia dan pelaku usaha dari negara-negara lain.

Ketidaksetaraan ini menjadi salah satu tantangan yang perlu diatasi oleh UMKM Indonesia dalam upaya untuk bersaing dalam meningkatkan bisnisnya. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dan strategi yang lebih baik untuk membantu UMKM Indonesia dalam meningkatkan bisnis mereka di tingkat global.

Pemilihan faktor-faktor tersebut didasarkan pada tinjauan referensi dan dalam penelitian ini dapat didasarkan pada beberapa pertimbangan, di antaranya reputasi merek yang baik dapat membantu UMKM membedakan dirinya dari pesaing, menarik calon konsumen, dan mempertahankan pangsa pasarnya. Kualitas layanan pelanggan yang baik juga penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memenangkan loyalitas mereka. Layanan pelanggan yang baik, pengiriman yang andal, dan inovasi juga memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Dalam bisnis apa pun, kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Faktor-faktor tersebut diyakini mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis, khususnya dalam konteks UMKM. UMKM yang mampu membangun reputasi merek yang kuat, memberikan layanan pelanggan yang berkualitas, memastikan pengiriman yang andal dan terus berinovasi akan lebih berpeluang memenangkan persaingan dan bertahan di pasar yang kompetitif. Melalui faktor-faktor tersebut, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana nasabah UMKM KUR di Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung dapat meningkatkan kesuksesan usahanya dan mendapatkan manfaat dari dukungan bantuan keuangan yang diberikan oleh perbankan.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, peneliti akan membahas mengenai **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis UMKM (Studi Pada nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah yang akan dikaji antara lain:

1. Seberapa besar reputasi merek berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung?
2. Seberapa besar kualitas layanan pelanggan berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengiriman yang andal berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung?
4. Seberapa besar inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung?
5. Seberapa besar reputasi merek, kualitas layanan pelanggan, pengiriman yang andal, dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, adapun tujuan yang hendak dicapai antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar reputasi merek berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan pelanggan berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengiriman yang andal berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui Seberapa besar reputasi merek, kualitas layanan pelanggan, pengiriman yang andal, dan inovasi produk berpengaruh secara simultan

terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada nasabah KUR Bank BRI KCP Rajawali Kota Bandung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis UMKM studi pada nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung ini diharapkan dapat dijadikan acuan maupun referensi kepada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keberhasilan bisnis pada nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR).

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi nasabah KUR (Kredit Usaha Rakyat) dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya yang ingin memanfaatkan program KUR.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari variabel penelitian yang digunakan, definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian ini.