

BAB I

PENDAHULUAN

A . Alasan Pemilihan Judul

Dengan semakin berkembangnya kegiatan ekonomi dari suatu perusahaan maka akan dirasakan perlu adanya sumber – sumber penyediaan dana guna membiayai kegiatan usaha yang semakin berkembang tersebut .

Dari beberapa sumber ekonomi yang biasa disebut 6 M (Material, Money, Method, Machine, Market dan Man) maka **money** atau **modal** merupakan komponen utama dalam mendirikan dan mengembangkan suatu badan usaha, karena tanpa adanya modal tersebut suatu badan usaha atau kegiatan usaha tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya, karena sumber- sumber ekonomi lain tidak akan diperoleh jika modal belum dipenuhi. Oleh karenanya antara pertumbuhan dengan eksistensi perkreditan mempunyai hubungan yang sangat erat.

Sejak bank- bank diwajibkan menyalurkan 22,5% dari portapel kredit untuk Kredit Usaha Kecil (KUK), maka volume kredit yang disalurkan perbankan kepada usaha kecil dan koperasi terus meningkat dari tahun ke tahun, bahkan melebihi ketentuan yang dipersyaratkan oleh Bank Indonesia. Namun dalam kenyataannya, tidak semua penyaluran kredit ini sesuai dengan sasaran dan tujuan KUK yang sebenarnya. Seringkali penyaluran KUK semata-mata didasarkan pada upaya perbankan agar terhindar dari sanksi bilamana tidak dapat memenuhi ketentuan KUK tersebut. Beberapa hal yang menyebabkan kondisi ini yaitu : pertama, bank-bank lebih tertarik menyalurkan kredit kepada pengusaha berskala menengah dan besar yang pada umumnya memiliki manajemen yang lebih baik serta jaminan kredit yang lebih pasti, dan kedua, banyak bank memiliki keterbatasan sumber daya manusia yang terdidik secara khusus untuk menangani debitur berskala kecil dalam jumlah yang sangat banyak.

Pada saat sekarang ini persaingan antar lembaga pemilik modal dalam bentuk penyaluran kredit sangat kompetitif, karena itu dibutuhkan suatu

kemampuan manajemen pemasaran yang profesional dan mampu mengikuti perkembangan perekonomian dan analisa tentang kebutuhan pasar.

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis ingin mempelajari sampai sejauh mana para Pedagang Pasar dan Pengusaha Kecil yang memang sangat membutuhkan bantuan dana tersebut dapat tersentuh oleh pemasaran jasa perkreditan oleh para lembaga yang menyalurkannya, disamping data dan literatur yang berhubungan dengan usaha kecil relatif mudah diperoleh sekaligus juga memberikan sumbangsih penulis sebagai karyawan untuk kemajuan Perusahaan.

Untuk itulah penulis memilih judul penelitian ini yang dirumuskan sebagai berikut :

“ Analisis Strategi Pemasaran Kredit Kepada Pedagang Pasar dan Pengusaha Kecil di Unit Simpan Pinjam (USP) Swamitra Binjai “

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan, maka ditemukan masalah yang berkenaan dengan : **adanya kendala dalam penerapan kebijaksanaan pemasaran kredit kepada pedagang pasar dan pengusaha kecil serta merealisasikan target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan data tahun 2000.**

C. Hipotesis

Hipotesis adalah “Perumusan Jawaban sementara terhadap sesuatu persoalan yang dimaksud sebagai tuntutan sementara dalam penyelidikan untuk mencari jawaban yang sebenarnya “. (1)

Bertitik tolak dari permasalahan yang ada pada Unit Simpan Pinjam (USP) Swamitra Binjai, penulis membuat dugaan sementara atau Hipotesis agar bisa ditarik kesimpulan konsekuensi yang logis antara teori dengan kenyataan di lapangan.

(1) Winarto Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik, Edisi VII, Tarsito, Bandung 1995, hal 39