

**ANALISIS MINAT KONSUMEN PADA
PRODUK KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) PT.
BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK.
KANTOR UNIT SELOKATON**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh :

RAFA HARUM PRATIWI

F3217047

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2020**

ABSTRAK (IN BAHASA)

RAFA HARUM PRATIWI
F3217047

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi minat konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan saat menggunakan kredit dari KUR BRI di Kantor Unit Selokaton. Yang menjadi latar belakang penulisan ini adalah masih banyaknya pelaku usaha terutama usaha kecil dan menengah yang kekurangan tambahan biaya seperti untuk operasional maupun menambah modal tetapi masih takut atau bingung dengan bunga yang didapat dan persyaratan yang diperlukan untuk meminjam uang di bank. Ini terjadi karena banyak bank yang menawarkan pinjaman KUR dan memiliki persyaratan yang berbeda-beda.

Besarnya dukungan dari pemerintah untuk penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan nasional yang dapat terealisasi melalui pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Saran dan solusi yang penulis berikan pada PT. Bank Rakyat Indonesia adalah melakukan sosialisasi tatap muka untuk mengenalkan produk-produk lebih rinci dan memberikan motivasi terhadap debitur agar mempromosikan kepada teman dan keluarga.

Kata kunci : KUR (Kredit Usaha Rakyat), Minat Konsumen, Proses Pengambilan Keputusan

ABSTRACT (IN ENGLISH)

RAFA HARUM PRATIWI
F3217047

This study aims to analyze and identify consumer interest and factors that influence decision making when using credit from KUR BRI at the Selokaton Unit Office. The background of this writing is that there are still many business actors, especially small and medium enterprises, who lack additional costs such as for operations or increasing capital but are still afraid or confused about the interest earned and the requirements needed to borrow money from a bank. This happens because many banks offer KUR loans and have different terms.

The amount of support from the government for the distribution of People's Business Credit (KUR) is expected to increase economic and national growth which can be realized through Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) actors.

Suggestions and solutions that the authors provide to PT. Bank Rakyat Indonesia is conducting face-to-face socialization to introduce more detailed products and provide motivation for debtors to promote to friends and family.

Keywords : People's Business Credit, Consumer Interest, Decision Making Process

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**ANALISIS MINAT KONSUMEN PADA PRODUK KUR (KREDIT
USAHA RAKYAT) PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO),
TBK. KANTOR UNIT SELOKATON**

Disusun oleh:

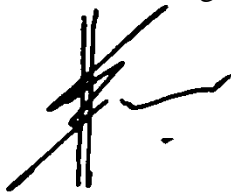
Nama : Rafa Harum Pratiwi

NIM : F3217047

Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan di hadapan Penguji Tugas Akhir program studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta,

Dosen Pembimbing



Heru Agustanto S.E., M.S.M
NIP. 195808141986011001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

ANALISIS MINAT KONSUMEN PADA PRODUK KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)TBK. KANTOR UNIT SELOKATON

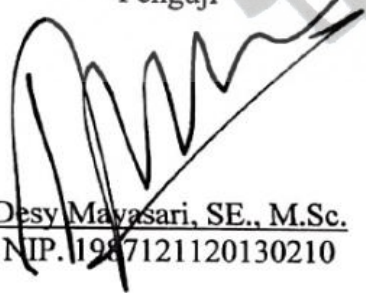
Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas

Maret Surakarta


Surakarta, Oktober 2020

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji

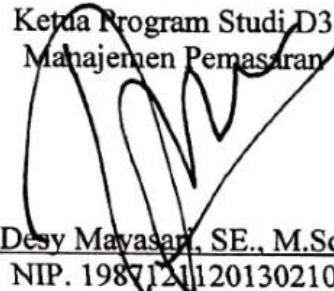

Desy Mayasari, SE., M.Sc.
NIP. 1987121120130210

Pembimbing


Heru Agustanto S.E., M.S.M
NIP. 195808141986011001

Mengetahui,


Direktur
Sekolah Vokasi
Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.
NIP. 19680211194021001

Ketua Program Studi D3
Manajemen Pemasaran

Desy Mayasari, SE., M.Sc.
NIP. 1987121120130210

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat sangat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

QS. Al-Baqarah:216

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

QS. Al-Insyirah:5

“Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu.”

Benjamin Franklin

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta penuh akan rasa syukur, karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan restu, doa, dan dukungan kepada penulis.
2. Bapak dan Ibu dosen yang senantiasa sabar untuk memberikan banyak ilmu yang berharga.
3. Sahabat-sahabat yang selalu membantu, memberi semangat dan menerima segala keluh kesah dari penulis.
4. Teman-teman Diploma III Manajemen Pemasaran 2017 yang telah membantu dan memberi dukungan selama ini.
5. Almamater tercinta Universitas Sebelas Maret.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya serta sholawat dan salam bagi junjungan kita Nabi Besar Muhammad S.A.W.

Penulis sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Unit Selokaton” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa pada proses penyusunan tugas akhir ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Santosa Tri Hananto, M.Acc., Ak. selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.
2. Prof. Drs. Djoko Suhardjaonto, M.Kom.(Hons).,Ph.D., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Desy Mayasari, S.E.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak Heru Agustanto, S.E.,M.S.M selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir.

5. Ibu Arbani selaku Kepala Unit dari PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Unit Selokaton karena sudah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja.
6. Seluruh karyawan dan pembimbing di tempat magang PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Unit Selokaton yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulisan Tugas Akhir saya.
7. Ibu dan Bapak Dosen selaku Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu beserta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
9. Sahabat dan teman-teman D III Manajemen Pemasaran 2017 terima kasih untuk kerjasama, dukungan dan kebersamaannya selama ini.
10. Seluruh pihak yang telah membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembacanya dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 2020
Penulis

RAFA HARUM PRATIWI
F3217047

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Minat Pembelian Konsumen	8
B. KUR(Kredit Usaha Rakyat)	19
BAB III METODE PENELITIAN	22

	A. Jenis Penelitian	22
	B. Waktu dan Tempat Penelitian	23
	C. Subjek dan Objek Penelitian	23
	D. Jenis dan Sumber Data	24
	E. Teknik Pengumpulan Data	25
BAB IV	PEMBAHASAN	27
	A. Gambaran Umum Perusahaan	27
	B. Laporan Magang Kerja	36
	1. Deskripsi Magang Kerja	36
	2. Tujuan Magang Kerja	37
	3. Manfaat Magang Kerja	37
	4. Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja	39
	5. Jam Kerja	39
	6. Kegiatan Magang Kerja	39
	7. Uraian Magang Kerja	42
	C. Analisis	53
	1. Metode Penelitian	53
	2. Hasil Penelitian	54
BAB IV	PENUTUP	60
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA	62
	LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Halaman



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 2.1 Model AIDA	10

