

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktek Kerja

Perkembangan dunia bisnis memunculkan suatu persaingan bisnis. Pelaku bisnis berlomba untuk menghasilkan produk guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Bahkan tidak sedikit pelaku bisnis yang berusaha menciptakan suatu kebutuhan, sehingga masyarakat merasa perlu untuk mengkonsumsi produknya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hal itu pun terjadi dalam bidang perbankan. Persaingan ini semakin terlihat dengan banyaknya produk bank yang semakin beragam dan inovatif.

Tingginya tingkat persaingan antar bank menuntut bank untuk memahami pola perilaku konsumen yang cenderung berubah. *Marketing* berperan untuk membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen. Menurut Kasmir (2018:54) menyatakan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat harus dirancang dan dilaksanakan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan serta untuk dapat tetap bertahan. Strategi pemasaran ini dimulai dari produk atau jasa yang sedang ditawarkan, jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, program

komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa, fungsi distribusi dan logistik, manusia yang terlibat dan dari penyajian jasa.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berdasarkan pengertian tersebut bank sebagai industri keuangan akan mengembangkan jenis-jenis produknya dalam bentuk berbagai pelayanan perbankan. Salah satu bentuk produk perbankan adalah produk kredit. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 menyatakan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak pinjam meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan sejumlah bunga imbalan atau pembagian hasil keuntungan. Sebagai bentuk layanan perbankan, kredit menempati posisi yang strategis di dalam operasional perbankan karena kredit merupakan salah satu *kontributor* utama pendapatan perbankan. Oleh karenanya, kredit sebagai produk perbankan bervariasi dan berkembang sesuai dengan kebijakan dan strategi pemasaran perkreditan masing-masing perbankan.

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. sebagai salah satu bank nasional pun ikut serta dalam persaingan dunia perbankan di Indonesia. Hal ini ditandai dengan banyaknya perubahan yang dilakukan sebagai strategi dalam memasarkan produk-produk perbankan yang dimiliki, diantaranya kredit

pensiunan. Salah satu produk kredit pensiunan yang ditawarkan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. ini adalah Kredit Pensiun Sejahtera. Kredit Pensiun Sejahtera adalah fasilitas kredit yang diberikan kepada para pensiunan PNS, POLRI/ABRI, veteran atau janda/duda dari pensiunan tersebut. Kredit ini diberikan kepada pensiunan yang mengambil atau menerima uang pensiun melalui kantor pos di seluruh wilayah Indonesia. Tujuan penggunaan kredit pensiunan ini umumnya bersifat konsumtif. Namun disesuaikan dengan tujuan permintaan kredit dari nasabah.

Seiring berjalannya waktu, produk kredit pensiunan pun mengalami perkembangan. Hal itu menyebabkan tidak sedikit dari bank yang menawarkan produk ini. Bank tersebut di antaranya Bank Rakyat Indonesia, Bank Woori Saudara, Bank Mandiri TASPEN, Bank Niaga dan bank lainnya yang memberikan kredit sejenis. Untuk menyikapi banyaknya *kompetitor* ini Bank BTPN harus dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat ini didalamnya terdapat Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang digunakan oleh perbankan terdiri dari 7P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dan *Process* (Proses).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik lebih jauh tentang bagaimana Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) produk Kredit Pensiun Sejahtera yang diterapkan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dalam menyalurkan dananya, maka dari itu

penulis mengambil judul **“Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya”**.

1.2 Identifikasi Masalah Praktek Kerja

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis, ada tiga permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis, yaitu :

- 2 Bagaimana Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
- 3 Apa hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
- 4 Bagaimana solusi menyelesaikan hambatan dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Maksud dan Tujuan Praktek Kerja

Maksud penulis melaksanakan praktek kerja adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Solusi menyelesaikan hambatan dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pensiun Sejahtera di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Praktek Kerja

Hasil dari praktek kerja ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Dengan adanya praktek kerja ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas ilmu pengetahuan mengenai perbankan serta dapat memperdalam pengetahuan yang telah diterima penulis dalam perkuliahan dengan terjun secara langsung dalam dunia kerja perbankan.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Praktek kerja ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi tambahan bagi bahan kajian tugas akhir di masa yang akan datang dan juga sebagai acuan dalam penyusunan tugas akhir untuk angkatan selanjutnya.

3. Bagi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya

Dengan adanya praktek kerja ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan bahan evaluasi bagi pihak bank dalam memasarkan produknya.

4. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap hasil praktek kerja ini dapat memberikan wawasan dan menjadi referensi bagi pihak lain yang mengambil tema atau judul serupa dikemudian hari.

1.5 Metode Praktek Kerja

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data praktek kerja ini adalah menggunakan metode kualitatif yang dilakukan secara langsung dengan bertatap muka dengan *Customer Service* dan *Tim Marketing* yang bersangkutan serta dengan menggunakan metode studi pustaka melalui buku-buku ilmiah atau sumber-sumber lainnya yang berkaitan.

Menurut Sugiyono (2015:63) teknik pengumpulan data terdiri dari :

1. *Dept Interview* (Wawancara Mendalam)

Dept Interview adalah teknik pengumpulan data melalui tanya jawab secara mendalam yang dilakukan dengan bertatap muka secara langsung. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara langsung dengan karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya sebagai tempat dimana penulis melakukan praktek kerja.

2. Observasi Langsung (*Participant Observer Studies*)

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dan diantara yang terpenting adalah proses pengamat dan ingatan. Dalam hal ini, penulis bukan hanya mengamati dan mempelajari tetapi penulis ikut berperan serta dan turun langsung dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan cara melakukan praktek kerja di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan adalah metode pengumpulan data-data dan informasi dengan cara membaca dan menulis pendapat menurut para ahli serta mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini, penulis mempelajari data dan informasi yang diperoleh dari berbagai referensi buku yang berkaitan baik melalui media cetak maupun media elektronik dan laporan tugas akhir angkatan sebelumnya.

1.6 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja

1.6.1 Lokasi Praktek Kerja

Praktek kerja dilakukan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya yang beralamat di Jl. KHZ Mustofa No. 289 Tugujaya Kec. Cihideung Tasikmalaya Jawa Barat 46126.

No	Jenis Kegiatan	Target Waktu Praktek Kerja															
		Januari				Februari				Maret				April			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Survei Awal																
2	Praktek Kerja																
3	Pengumpulan Data																
4	Pengelolaan Data																
5	Bimbingan																
6	Sidang Tugas Akhir																