

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 ini pun terjadi dalam bidang perbankan. Persaingan ini semakin terlihat dengan banyaknya bank asing yang memasuki dunia perbankan nasional dengan menawarkan produk yang inovatif.

Tingginya tingkat persaingan antar bank terseut, menuntut bank untuk menyikapi pola preferensi konsumen yang cenderung berubah. *Marketing* berperan untuk membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai. Salah satu bidang dari strategi bisnis, *marketing* merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar, baik dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal yang berkembang. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat haru dirancang dan dilaksanakan, untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan, serta untuk tetap dapat 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 bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana 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 produk perbankan yang utama adalah produk kredit. UU RI No.7 Tahun 1992 tentang perbankan 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.

Kriteria kredit penggunaan dana dapat dibagi menjadi: (1) Kredit modal kerja adalah kredit yang diberikan untuk membiayai kegiatan usahanya atau perputaran modal, misalnya pembelian barang dagangan dan lainnya. (2) Kredit investasi merupakan kredit yang diberikan untuk membiayai pembelian aktiva tetap (misalnya tanah, bangunan, mesin, kendaraan) untuk memproduksi barang dan jasa utama yang diperlukan guna relokasi, ekspansi, modernisasi, usaha ataupun pendirian usaha baru. (3) Kredit konsumsi yaitu kredit yang diberikan bank untuk membiayai pembelian barang, yang tujuannya tidak untuk usaha tetapi untuk pemakaian pribadi.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang perbankan, salah satu kegiatan utamanya adalah menyalurkan kredit. Jenis produk kredit yang ditawarkan Bank Negara Indonesia (BNI) terdiri dari berbagai jenis, salah satunya yaitu BNI Fleksi Pensiun (BFP) merupakan fasilitas kredit lunak (*softloan*) yang diberikan kepada Calon Pensiun dan Pensiunan yang mempunyai penghasilan tetap (*fixed income*), untuk keperluan konsumtif sepanjang tidak melanggar ketentuan internal dan eksternal yang berlaku dengan jaminan berupa SK pensiun. Tujuan penggunaan kredit pensiun umumnya bersifat konsumtif, seperti untuk biaya renovasi rumah, biaya pendidikan anak atau biaya membeli kendaraan.

Seiring berjalannya waktu, produk kredit pensiunan pun mengalami perkembangan. Hal ini menyebabkan tidak sedikit dari bank yang menawarkan produk ini. Untuk menyikapi banyaknya pesaing BNI harus dapat menyusun strategi yang tepat.

Berdasarkan uraian yang telah diampaikan, maka penulis terdorong untuk mengadakan atau melakukan tugas akhir dengan mengambil judul “**Strategi Pemasaran Kredit BNI Fleksi Pensiun (BFP) Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya**” untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D-3 Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya pada Kredit BNI Fleksi Pensiun.
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya dalam kegiatan pemasaran Kredit BNI Fleksi Pensiun.
3. Bagaimana perkembangan nasabah Kredit BNI Fleksi Pensiun pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Praktek Kerja

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian praktek kerja ini, diantaranya :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui hambatan-hambatan yang terjadi selama melakukan pemasaran Kredit BNI Fleksi Pensiun.
3. Mengetahui perkembangan nasabah Kredit BNI Fleksi Pensiun setelah melakukan strategi pemasaran.

1.4 Kegunaan Praktek Kerja

Dalam penelitian praktek kerja, penulis berharap hasil dari praktek kerja ini dapat bermanfaat, khususnya untuk penulis sendiri dan umumnya untuk pihak lain.

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, juga sebagai satu perbandingan antara ilmu yang telah diperoleh semasa perkuliahan dengan realisasi yang ada di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi mengenai strategi pemasaran produk kredit pensiun dalam menunjang perkuliahan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pelaksanaan strategi dan menjadi bahan pegangan dalam pengambilan strategi dimasa yang akan datang terutama di bidang kredit.

4. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umum. Menambah pengetahuan, menambah motivasi, minat dan wawasan masyarakat terutama dalam strategi kredit.

1.5 Metode Praktek Kerja

Metode yang digunakan dalam praktek kerja ini adalah metode *Participant Observation* dan *Depht interview*.

Menurut Sutopo (2006:72), *Participant Observation* adalah studi yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, terencana, terarah pada suatu tujuan. Dimana pengamat atau peneliti terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari dan subjek atau kelompok yang diteliti. Peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengar apa saja yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang sedang berlangsung.

Depht Interview adalah proses memperoleh keterangan keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancara, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dengan informasi terlibat dalam kehidupan social yang relative lama (Sutopo, 2006:74)

1.6 Lokasi dan Jadwal Kegiatan Praktek Kerja

Praktek kerja ini dilakukan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Kas Sutisna Senjaya Tasikmalaya yang beralamat di Jl. Sutisna Senjaya No. 93 B Tasikmalaya Jawa Barat 46114 No. (0265) 7297777.

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan praktek kerja Tugas Akhir ini adalah selama 33 hari kerja terkecuali hari sabtu dan minggu yaitu dimulai dari tanggal 4 Februari 2019 sampai dengan tanggal 20 Maret 2019.

Matrik Waktu Praktek Kerja

No	Jenis Kegiatan	Jadwal Kegiatan Praktek Kerja																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Survei Awal																												
2	Praktek Kerja																												
3	Pengumpulan Data																												
4	Pengolahan Data																												
5	Bimbingan																												
6	Sidang																												