

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia memunculkan suatu persaingan dalam bisnis perbankan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bank asing yang memasuki dunia perbankan nasional dengan menawarkan produk yang inovatif. Semakin tinggi tingkat persaingan antar bank menuntut bank untuk menyikapi pola preferensi konsumen yang cenderung berubah. *Marketing* berperan untuk membentuk, mengembangkan, serta mengarahkan pertukaran untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai.

Menurut Philip Kotler (2000) pemasaran (*Marketing*) adalah suatu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan melalui proses pertukaran. Sedangkan menurut William J Stanton (2000) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial. Oleh karena itu sebagai salah satu bidang dari strategi bisnis, maka perlu adanya sasaran yang tepat dalam merancang strategi pemasaran untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan usaha, serta untuk tetap bertahan. Strategi pemasaran ini dimulai dari suatu produk dan jasa yang

sedang ditawarkan. Jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, dan program yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa, fungsi distribusi dan logistik, manusia yang terlibat dan dari penyajian jasa.

Berdasarkan UU No.10 tahun 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman/kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berdasarkan dari pengertian tersebut bank sebagai lembaga intermediasi keuangan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya maka bank mengembangkan jenis-jenis produk atau jasa dengan menawarkan jasa-jasanya dalam bentuk dana atau secara umum dikenal dengan 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 antar bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam 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, dan kendaraan) untuk memproduksi barang dan jasa utama yang diperlukan guna relokasi, ekspansi, modernisasi, usaha atau 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 Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk Merupakan Bank umum milik pemerintah daerah Jawa Barat dan Banten yang usahanya di bidang jasa yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa lainnya. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat seperti dalam bentuk kredit salah satunya adalah produk kredit konsumen. Kredit konsumen adalah kredit yang ditujukan pada debitur yang memiliki penghasilan tetap dan telah melakukan perjanjian bersama dalam bank dimana sumber pengembaliannya berasal dari gaji debitur. Sedangkan produk kredit konsumen yang diperjualkan di Bank BJB KCP Rancah terdiri dari 3 produk yaitu Kredit Guna Bhakti (KGB), Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB), Kredit Purna Bhakti (KPB).

Seiring berjalannya waktu produk kredit ini semakin berkembang pesat dikarenakan para pekerja dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) banyak menggunakan produk kredit ini untuk memenuhi kebutuhan konsumtifnya. Dan dikarenakan produk kredit ini banyak diminati bank pesaing seperti Bank Mandiri dengan produk Kredit Serbaguna Mandiri dan ada juga dari

Bank BRI dengan produk Briguna Karya. Untuk menyikapi banyaknya pesaing Bank BJB harus dapat menyusun strategi yang tepat. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Rancah meliputi elemen-elemen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan menggunakan 7P, elemen 7P ini terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka penulis terdorong untuk mengadakan atau melakukan penulisan tugas akhir dengan mengambil judul **“Strategi Pemasaran Produk Kredit Konsumen Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah”** untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi 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 Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah pada Produk Kredit Konsumer.
2. Apa hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Pembangunan

Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah dalam kegiatan pemasaran Produk Kredit Konsumer.

3. Apa upaya dari hambatan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran Produk Kredit Konsumer pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah.

### **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dalam melakukan pemasaran dalam penelitian, untuk mengetahui :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah pada Produk Kredit Konsumer.
2. Hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah dalam kegiatan pemasaran Produk Kredit Konsumer.
3. Upaya dari hambatan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran Produk Kredit Konsumer pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pembelajaran ilmu pengetahuan, juga sebagai satu perbandingan dengan ilmu yang didapatkan semasa perkuliahan dengan realisasi yang ada di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan informasi mengenai strategi pemasaran kredit konsumen guna bhakti dalam menunjang perkuliahan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi khususnya untuk Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

3. Bagi Perusahaan

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

#### 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rancah yang beralamat di Jl. Kawunglarang, No.06, Rancah, Wangunsari, Ciamis, Jawa Barat 46387

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian Tugas Akhir ini adalah selama 30 hari kerja terkecuali hari sabtu dan minggu yaitu dimulai dari tanggal 22 Desember 2021 sampai dengan 01 Februari 2022.

Tabel 1.1  
Matriks Tabel Penelitian  
2021

No	Jenis Kegiatan	Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penerimaan SK Pembimbing TA												
2	Pengajuan Judul TA Ke Pembimbing 1												
3	Acc Judul Oleh Pembimbing 1												
4	Penyusunan Draft Awal												
5	Proses Bimbingan Tugas Akhir												
6	Ujian Tugas Akhir												
7	Revisi dan Pengesahan Tugas Akhir												

(Sumber: Data diolah)