

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu kebutuhan manusia semakin tidak terbatas sedangkan kemampuan manusia terbatas. Dengan demikian, perbankan menyediakan produk dan jasa untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana yang terkandung dalam pengertian perbankan yaitu lembaga usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat berbentuk kredit atau lainnya agar taraf hidup masyarakat meningkat.

Pesatnya pertumbuhan bisnis perbankan meningkatkan persaingan antar bank di Indonesia. Sehingga untuk melancarkan strateginya, bank mengemas produk dan jasanya sedemikian rupa sehingga memudahkan para nasabah untuk memenuhi kebutuhannya, contohnya yaitu seperti kredit modal Kerja. bank memanfaatkan pasar yang ada dengan terus memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba pdengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Tujuan ini dapat dicapai jika bagian pemasaran sebuah perusahaan melakukan strategi pemasaran dengan baik dengan

menggunakan kesempatan atau peluang yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat bertahan dan meningkatnya keuntungan bagi perusahaan.

Sebuah produk tidak akan dikenal masyarakat apabila tidak adanya promosi. Dengan demikian untuk membuat sebuah produk dikenal masyarakat, perusahaan harus mempromosikan produk yang mereka miliki dengan menjelaskan mengenai kegunaan, keunggulan dari produk tersebut dan sebagainya kepada masyarakat. Kegiatan pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan untuk menonjolkan produk dan jasa perbankan kepada masyarakat. Sebuah bank harus memiliki strategi pemasaran yang baik supaya produk yang ditawarkan tepat sasaran dan meningkatkan jumlah nasabah.. PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya mengalami persaingan yang ketat dalam meraih pasar. PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya mempunyai strategi pemasaran yang telah diterapkan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabah yang ada, sehingga PD. BPR Artha Galunggung Tasikmalaya tetap unggul di pasar dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Seperti halnya dalam pemasaran produk kredit di BPR membutuhkan strategi pemasaran yang efektif.

Penyaluran kredit yang dilakukan oleh bank bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari bunga, membantu nasabah, serta membantu pemerintah berupa penerimaan pajak dan meningkatkan devisa negara. Tersedianya kredit memungkinkan rumah tangga untuk melakukan konsumsi dengan baik dan perusahaan mendapatkan pembiayaan untuk melakukan investasi. Kredit yang sampai kepada nasabah tidak lepas dari peran *marketing*. *Marketing* mempunyai

peran yang sangat penting yaitu menjadi penghubung antara bank dengan nasabah yang membutuhkan pembiayaan. Penyusunan strategi yang tepat memungkinkan sebuah bank mencapai keberhasilan dalam mewujudkan visi dan misinya.

Dalam memasarkan produknya terutama kredit modal kerja, PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian, penulis mencoba mengulasnya dalam bentuk tulisan. Berhasil tidaknya strategi pemasaran yang dijalankan oleh PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya. Berdasarkan latar belakang di atas penulis memutuskan untuk menyusun penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN KREDIT MODAL KERJA PADA PD BANK PERKREDITAN RAKYAT ARTHA GALLUNGGUNG TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian ini, permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran kredit modal kerja di PD. BPR Artha Galunggung Tasikmalaya
2. Apa hambatan yang di alami dalam melaksanakan strategi pemasaran kredit modal kerja di PD. BPR Artha Galunggung Tasikmalaya
3. Bagaimana solusi dalam menyelesaikan hambatan dalam melaksanakan strategi pemasaran kredit modal kerja di PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung Tasikmalaya

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya dalam memasarkan kredit modal kerja
2. Hambatan yang di alami dalam melaksanakan strategi pemasaran kredit modal kerja di PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya
3. Solusi dalam menyelesaikan hambatan yang di alami dalam melaksanakan startegi pemasaran kredit modal kerja di PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di PD. BPR Artha Galunggung Tasikmalaya, penulis harap penelitian ini dapat berguna dan memiliki manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan (Aspek Teoritis)

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi dan perbandingan antara teori dan praktik untuk penelitian lain yang sejenis sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan keabsahan pada penelitian ini.

- 1) Terapan Ilmu Pengetahuan (Aspek Praktis)

- a. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini, penulis jadi lebih mengetahui ilmu pengetahuan tentang produk bank khususnya tentang strategi

pemasaran kredit di PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya, serta menambah wawasan dan pengalaman penulis.

b. Bagi Program Studi

Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi yang nantinya dapat dipakai sebagai studi perbandingan yang ada di Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan dengan kenyataan di lapangan.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk pengembangan bisnis perusahaan dan menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan.

d. Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan dan sebagai sarana penerapan ilmu yang diterima dalam perkuliahan untuk di praktikan ke dunia nyata dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lainnya di waktu yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 7 minggu yaitu dihitung dari tanggal 10 Februari 2022 sampai 28 Maret 2022, yang berlokasi di Kantor Pusat PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya Jalan Siliwangi No. 12 Kota Tasikmalaya.

Tahapan pada penyusunan Laporan Tugas Akhir yang dilakukan penulis, secara lebih jelas dapat dilihat pada table matriks berikut :

Tabel 1.1

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Tugas Akhir																
2	Penyusunan Naskah Tugas Akhir																
3	Sidang Tugas Akhir																

Jadwal Penelitian