

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Lembaga keuangan memiliki peran penting di kehidupan masyarakat terkhususnya lembaga keuangan bank yang kegiatan utamanya yaitu menyalurkan jasa dalam pembayaran dan peredaran uang serta pemberian kredit. Lembaga keuangan bank dibagi menjadi tiga jenis yakni bank sentral, bank umum dan bank perkreditan rakyat.

Kegiatan usaha bank tidak pernah terlepas dari bidang keuangan, sama seperti halnya dengan perdagangan di sebuah perusahaan. Perkembangan dunia perbankan semakin modern dan mendominasi suatu perekonomian dan bisnis suatu negara. Bahkan keberadaan aktivitas bank di suatu negara bisa menjadi penentu kemajuan suatu negara. Hal ini menjadikan sektor perbankan digandrungi masyarakat untuk meningkatkan produktivitas dengan memberikan bantuan dana atau kredit yang dibutuhkan masyarakat. Hal tersebut membuat bank semakin kompetitif untuk menunjang kebutuhan masyarakat harus terpenuhi. Demikian pemasaran sangat diperlukan dalam tingginya daya saing di dunia perbankan. Kotler dan Keller (2022: 5) menyatakan bahwa Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan

menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Kegiatan pemasaran tidak hanya memasarkan suatu produk, namun tetap harus meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan terciptanya komunikasi dengan pelanggan atau nasabah. Pelaksanaan STP (*segmenting, targeting* dan *positioning*) dalam aktivitas komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan oleh para *marketing* perusahaan karena dapat memudahkan dalam penentuan posisi perusahaan dan membangun komunikasi dengan nasabah yang dapat mempermudah dalam memasarkan produk/jasa, serta pelaksanaan bauran pemasaran 7P juga sangat penting guna pengembangan aktivitas pemasaran agar sesuai target pasar produk perusahaan.

Strategi pemasaran dapat memberikan sebab atau akibat yang diharapkan dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan. Dalam praktik pemasaran, pemasar harus menyampaikan keunggulan serta kegunaan produk tersebut agar pelanggan atau nasabah tertarik untuk memilih produk tersebut serta guna untuk mengatasi persaingan yang ketat di pasar.

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk atau sering dikenal dengan bank bjb hadir untuk memenuhi kebutuhan produktivitas masyarakat terkhususnya di produk bank yakni kredit. Bank bjb terkenal sangat berkaitan dengan pemerintah daerah Jawa Barat dan Banten yang menjadikan target pasar bank bjb yakni untuk Aparatur Sipil Negara (ASN), TNI/POLRI, DPR/DPRD, Pegawai Pemerintah dengan

Perjanjian Kerja (P3K), Yayasan/Instansi Swasta, Lintas Pensiun serta Pensiunan. Hal ini menjadikan produk pinjaman bank bjb lebih banyak dikhususkan untuk kredit konsumtif para pegawai aktif dan nonaktif (pensiun).

Bank bjb memiliki produk yakni Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) yang dikhususkan untuk Aparatur Sipil Negara (ASN) yang akan memasuki masa pensiun (pra pensiun) dengan tujuan penyaluran kredit yakni multiguna. Produk ini lebih diminati karena didalamnya terdapat beberapa produk yang dapat menunjang kebutuhan konsumtif di masa – masa mendekati waktu pensiun.

Seiring berjalannya waktu, bank pesaing juga memiliki produk kredit pra pensiun dengan tingkat suku bunga yang lebih rendah untuk para Aparatur Sipil Negara (ASN) seperti Bank Mandiri Taspen yang memiliki produk Kredit Mantap Pra Pensiun dan Bank Woori Saudara (BWS) yang memiliki produk Kredit Tunjangan Hari Tua. Dengan hal tersebut bank bjb harus mampu bersaing di era ketatnya persaingan produk kredit dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran dan tetap harus memperhatikan karakter yang dimiliki bank bjb.

Tabel 1.1

Perbandingan Tingkat Suku Bunga Kredit Bank Mandiri Taspen, Bank Woori Saudara dan Bank BJB 2023

NO.	Nama Bank	Produk kredit	Tingkat suku bunga (%)
1.	Bank Mandiri Taspen	Kredit Mantap Pra Pensiun	0,1% - 4,5%

NO.	Nama Bank	Produk kredit	Tingkat suku bunga (%)
2.	Bank Woori Saudara	Kredit Tunjangan Hari Tua (THT)	4% - 5%
3.	Bank BJB	Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB)	9,02% - 13,99%

Sumber: data dari Bank Mandiri Taspen, Bank Woori Saudara, dan Bank BJB 2023

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas tugas akhir tentang **“STRATEGI PEMASARAN KREDIT PRA PURNA BHAKTI DI BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN TBK. KANTOR CABANG CIAMIS”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran pada Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis
2. Apa kendala yang terjadi dalam pelaksanaan pemasaran Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis
3. Bagaimana solusi dari kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang selaras dengan identifikasi masalah yaitu untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan strategi pemasaran pada Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis
2. Kendala yang terjadi dalam pelaksanaan pemasaran Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis
3. Solusi dari kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dengan mengetahui tentang strategi pemasaran guna diterapkan di perusahaan agar dapat bersaing di pasaran.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Dapat mengetahui strategi pemasaran produk Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Ciamis.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan perbaikan bagi perusahaan mengenai strategi pemasaran produk Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB).

3) Bagi Lembaga Pendidikan

Bagi Lembaga Pendidikan khususnya Universitas Siliwangi Fakultas Ekonomi yaitu sebagai bahan referensi bagi kepentingan mahasiswa.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis atau dikenal dengan sebutan bank bjb yang berada di Jalan Jend. Sudirman No.71, Ciamis, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46211. Bank bjb termasuk bank usaha milik daerah (BUMD) provinsi jawa barat dan banten.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada saat peneliti melaksanakan magang yang berlangsung dari tanggal 19 desember 2022 – 27 januari 2023. Penelitian dilakukan dengan cara mengamati dan ikut kerja praktik (teknik observasi) dalam kegiatan operasional di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Ciamis. Jadwal penelitian lebih rinci dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pengajuan <i>outline</i> dan identifikasi masalah																					
2.	Pengajuan judul tugas akhir																					
3.	Pelaksanaan pengumpulan data dan pengolahan data																					
4.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan tugas akhir																					
5.	Penyusunan naskah tugas akhir																					
6.	Pengumpulan <i>draft</i> TA Bab I – III																					
7.	Pengumpulan <i>draft</i> TA Bab I – V																					

Sumber : Olahan Hasil Penulis 2023