

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan menjadi pilihan utama masyarakat, dalam melakukan kegiatan pembayaran dan kegiatan ekonomi lainnya. Bank memiliki fungsi dan tujuan sebagai penghimpun dana dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan. Penyaluran dana oleh bank dilakukan dengan penyediaan berbagai fasilitas kredit. Memanfaatkan fasilitas tersebut, masyarakat diharapkan dapat mensejahterakan kehidupannya dan menghasilkan usaha untuk mendukung pembangunan nasional.

Pada saat ini, perkembangan dunia perbankan sangat meningkat dan persaingan antar bank pun semakin ketat dengan beragam produk yang ditawarkan serta segala keunggulan dan berbagai teknologi yang dimilikinya mengakibatkan para nasabah harus pintar dan selektif dalam memilih bank yang akan dijadikan sebagai mitranya. Hal ini membuat bank harus lebih berusaha keras dalam meningkatkan strateginya dalam rangka menarik nasabah untuk menggunakan jasa-jasa dan produk bank tersebut, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan promosi yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014: 26) promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Bauran promosi (*promotion mix*) merupakan salah satu bagian yang sangat penting dilakukan dengan langkah-langkah yang tepat menjadikan produk tersebut dapat menguasai pangsa pasar. Perusahaan perlu menetapkan keputusan bauran promosi dengan bijak agar tujuan atau target yang diinginkan dapat tercapai. Penerapan bauran promosi yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan bisnis ini secara efektif dan efisien.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya atau yang dikenal dengan nama Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya merupakan bank umum milik pemerintah di daerah Jawa Barat dan Banten yang usahanya di bidang jasa yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat seperti dalam bentuk kredit. Salah satu produk kredit yang ada di Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya dan yang paling banyak diminati adalah Kredit Guna Bhakti (KGB) .

Kredit Guna Bhakti ini merupakan kredit pembiayaan dengan tujuan multiguna yang diberikan oleh bank bjb kepada debitur berpenghasilan tetap seperti Aparatur Sipil Negara (ASN) yang gajinya disalurkan melalui bank bjb dimana sumber pengembaliannya berasal dari gaji yang diterima pegawai akan dipotong

otomatis setiap bulan sehingga pengembalian sangat terjamin dan kecil kemungkinan untuk terjadinya kredit macet.

Berdasarkan pengamatan peneliti, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya mengalami target realisasi penyaluran dana kredit yang dalam kurun waktu tiga tahun terakhir (2020-2022) mengalami kenaikan dan selalu tercapainya target penyaluran dana produk Kredit Guna Bhakti. Namun berdasarkan pengamatan peneliti, meskipun realisasi penyaluran dana Kredit Guna Bhakti ini mengalami peningkatan dan memenuhi target, masih adanya penerapan bauran promosi (*promotion mix*) yang kurang efektif. Salah satunya yaitu pada promosi penjualan perseorangan (*personal selling*) yang dilakukan selama ini belum berkembang dengan baik dan kurang maksimal sehingga perlu adanya peningkatan agar dapat menguasai pangsa pasar dalam mempertahankan eksistensi usahanya secara berkelanjutan.

Pencapaian target sangat penting karena suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika salah satu faktor nya yaitu dapat memenuhi target yang diharapkan. Dengan demikian, bank bjb akan memperhatikan hal sekecil apapun baik dengan produk-produknya maupun bagaimana cara bauran promosi yang dilakukan agar bisa bersaing dengan bank yang lain.

Oleh karena itu dengan adanya pernyataan di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir **“IMPLEMENTASI *PROMOTION MIX* PRODUK KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK**

PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU PEMERINTAHAN KOTA TASIKMALAYA”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya
2. Apa saja hambatan yang muncul dalam implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya
3. Bagaimana solusi mengatasi hambatan dalam implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan:

1. Implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya

2. Hambatan yang muncul dalam implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya
3. Solusi mengatasi hambatan dalam implementasi *promotion mix* produk Kredit Guna Bhakti (KGB) yang dilakukan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran bank khususnya materi atau pembahasan mengenai promosi.

1.4.2 Aspek Praktik

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk bahan pembandingan serta pengukur diri antara ilmu yang diperoleh di perkuliahan dengan ilmu atau pengalaman yang diperoleh di tempat lain
 - b. Untuk mengetahui Implementasi *Promotion Mix* yang sudah dilakukan pada produk Kredit Guna Bhakti (KGB) di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya.

2. Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya

Hasil tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya, untuk bahan masukan agar semakin berkembang dan menjadikan inovasi-inovasi baru dalam implementasi marketing mix produk Kredit Guna Bhakti (KGB).

3. Bagi Universitas Siliwangi

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menempuh tugas akhir

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi tentang bagaimana implementasi promotion mix produk Kredit Guna Bhakti (KGB) pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintahan Kota Tasikmalaya (Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya) yang beralamat di Jalan Ir. H. Juanda No. 88, Panglayungan, Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1
Target dan Waktu Penelitian

No	Uraian	Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing			■									
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan			■									
3	Bimbingan Tugas Akhir (Bab I-III)				■								
4	Pengumpulan data	■	■	■									
5	Pengolahan data	■	■	■	■								
6	Revisi Tugas Akhir (Bab I-V) dan persetujuan revisi				■	■	■	■	■				
7	Sidang Tugas akhir										■		
8	Revisi Pasca Ujian tugas Akhir dan pengesahan revisi Tugas Akhir												■

Sumber: Olahan hasil penulis, 2023