

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank memiliki fungsi utama yaitu sebagai penghimpunan dana masyarakat dan dana tersebut akan dikelola oleh bank dengan cara menyalurkan kembali kepada masyarakat. Selain itu, bank juga mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan selama kegiatan operasional bank berlangsung. Terdapat dua pendapatan bank yaitu pendapatan bunga (*interest income*) dan bukan pendapatan bunga (*non interest income*), dari kedua pendapatan tersebut bank memiliki pendapatan utama dari pendapatan bunga (*interest income*) yang didapatkan dengan cara baik menyalurkan kredit.

Peran Perbankan dalam perekonomian nasional saat ini sangat penting untuk memajukan dan meningkatkan berbagai sektor perekonomian Indonesia. Setiap bank daerah tidak hanya berpartisipasi dalam upaya menstabilkan situasi ekonomi di Indonesia, tetapi juga mendukung bisnis di tiap daerah dan menciptakan lingkungan yang kondusif. Dengan menyediakan berbagai layanan perbankan, bank dapat berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh berbagai badan usaha dan lembaga, berdasarkan Undang Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Pasal 4 menyatakan bahwa tujuan lembaga perbankan di Indonesia adalah mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan

pembangunan, pertumbuhan usaha ekonomi serta pemeliharaan stabilitas nasional menuju peningkatan kesejahteraan rakyat. Untuk mendukung pelaksanaan pembangunan nasional di bidang perbankan Indonesia yang berperan aktif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan rakyat. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan aktivitas dalam dunia perbankan yang sangat pesat dengan aktivitasnya yaitu menghimpun dana dari masyarakat luas dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Aktivitas tersebut sangat penting bagi bank karena merupakan sumber dananya, Sumber dana bank adalah dana yang sangat bermanfaat untuk bank dalam menunjang kegiatan operasional Usaha Kecil Menengah (UKM), dan secara tidak langsung meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sumber dana terbesar yang dimiliki oleh bank berasal dari simpanan masyarakat yang berupa tabungan, giro dan deposito. Sumber dana tersebut akan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana.

Perkembangan industri perbankan di Indonesia semakin pesat, ditandai dengan bermunculannya berbagai produk dan layanan inovatif. Salah satu produk yang menjadi perhatian adalah produk kredit, khususnya kredit fleksibel aktif. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah, dengan fleksibilitas dalam pembayaran dan persyaratan yang lebih mudah. Strategi promosi memainkan peran penting dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Melalui promosi, bank dapat memberikan informasi tentang produk, membangun citra produk, dan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap produk. Kredit merupakan produk

pinjaman utama yang dikeluarkan oleh Bank untuk masyarakat dengan melakukan persetujuan pinjam- meminjam antara pihak Bank dan peminjam yang dimana mempunyai kewajiban untuk membayar kembali kredit pinjamannya dengan jangka waktu yang telah ditentukan (Kasmir, 2018:98).

Salah satu jenis kredit yang dikeluarkan oleh Bank adalah Kredit Tanpa Agunan (KTA), KTA merupakan produk pinjaman kredit yang di mana pihak peminjam tidak perlu memberikan jaminan/agunan kepada pihak Bank. Produk KTA yang dikeluarkan oleh pihak Bank BNI bernama “BNI Fleksi” yang di mana produk tersebut akan disalurkan kepada para pegawai aktif yang sudah mempunyai penghasilan tetap (*fixed income*) untuk memenuhi kebutuhan konsumtif yang tidak bertentangan dengan peraturan maupun Undang- undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam dunia perbankan, strategi promosi memainkan peran penting dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk layanan yang ditawarkan. Salah satu produk yang sering menjadi fokus promosi adalah produk kredit termasuk kredit fleksi aktif. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial pegawai aktif, dengan fleksibilitas dalam pembayaran dan persyaratan yang lebih mudah. Tentu memiliki target untuk meningkatkan jumlah nasabah pengguna produk krdit fleksi aktif. Strategi promosi yang efektif tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan nasabah tentang produk kredit fleksi aktif, tetapi juga dapat membangun minat mereka untuk menggunakan produk ini.

Strategi promosi dapat berkontribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah pengguna produk kredit fleksi aktif di Bank BNI Kantor Cabang Tasikmalaya.

Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, strategi promosi harus dirancang dan diterapkan dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Antara lain, karakteristik nasabah, keunggulan produk, dan kondisi pasar. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi promosi dapat diterapkan secara efektif. Selain itu, perlu juga dipahami bagaimana strategi promosi mempengaruhi minat nasabah. Minat nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh bagaimana produk tersebut dipromosikan. Oleh karena itu, strategi promosi harus dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini.

Tabel 1. 1 Data perkembangan nasabah (karyawan) pengguna kredit fleksibel dari tahun 2019 2023

Tahun	Total Jumlah Nasabah	Growth
2019	94	
2020	170	76
2021	207	37
2022	290	83
2023	307	17

Sumber : Karyawan PT. Bank Negara Indonesia KC Tasikmalaya

Berdasarkan table data perkembangan nasabah kredit fleksibel tahun 2019 – 2023 dan perhitungan sales growth dapat disimpulkan bahwa pada setiap tahunnya mengalami penambahan nasabah sebanyak 27,98 % dengan kata lain pada setiap tahunnya minat nasabah mengalami pertumbuhan.

Pada uraian yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “**Penerapan Strategi Promosi Produk Kredit Fleksi Aktif Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya**”.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana srategi promosi dalam meningkatkan minat nasabah produk kredit fleksi aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Bank dalam menyalurkan produk kredit fleksi aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Bagaimana solusi dari hambatan yang dihadapi oleh bank dalam menyalurkan kredit fleksi aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu kehendak yang ingin dicapai yang dapat memberikan arahan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Strategi promosi dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk kredit fleksi aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan yang dihadapi oleh Bank dalam menyalurkan produk kredit fleksi

aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Solusi dari hambatan yang dihadapi oleh bank dalam menyalurkan kredit fleksibel

aktif di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Kegunaan penelitian secara teoritis atau pengembangan ilmu adalah menambah ilmu pengetahuan penulis untuk pengembangan ilmu Perbankan terutama tentang Penerapan Strategi Promosi Produk Kredit Fleksibel Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

Penelitian ini juga diharapkan untuk menambah kepustakaan di Universitas Siliwangi jurusan Perbankan dan Keuangan terutama tentang Penerapan Strategi Promosi Produk Kredit Fleksibel Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian secara praktis adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat sebagai bahan masukan untuk pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya mengenai Penerapan Strategi Promosi Produk Kredit Fleksibel Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk Kantor Cabang Tasikmalaya yang terletak di Jl. H.Z Mustafa No.110, Kelurahan Yudanegara, Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari – Juni seperti yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Februari – Juni 2024																			
		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	Pengajuan Outline Dan Rekomendasi Pembimbing			■																	
2	Konsultasi Awal dan Menyusun Rencana Kegiatan				■																
3	Proses Bimbingan Untuk Menyelesaikan Proposal					■	■	■	■												
4	Seminar Proposal Tugas Akhir																■				
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan Persetujuan Revisi																■	■	■	■	■
	Pengumpulan dan Pengolahan																			■	■

No	Kegiatan	Februari – Juni 2024																			
		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
6	Data																				
7	Proses Bimbingan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir																				
8	Ujian Tugas Akhir																				
9	Revisi Tugas Akhir dan Pengesahan Tugas Akhir																				