

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktek Kerja

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. keberadaan Bank pada sekarang ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat baik yang berada di kota maupun di desa karena dengan adanya Bank masyarakat dapat melakukan transaksi seperti penyimpanan uang, pengembalian uang, pinjaman uang, dan mengirim uang. Hal ini membuat masyarakat dapat melakukan transaksi dengan mudah.

Peranan Bank sebagai penghimpun dana, maka bank melayani masyarakat yang ingin menabung uangnya di bank, sedangkan peranan bank sebagai penyalur dana dilakukan bank dengan melayani masyarakat yang membutuhkan pinjaman uang (kredit) dari bank. Dapat dikatakan, bahwa bank dapat melayani kebutuhan pembayaran-pembayaran pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran terhadap segala aspek lalu lintas perekonomian diantaranya melalui kegiatan perkreditan.

Terkait Kredit Kepemilikan Rumah (KPR), PT. Bank Tabungan negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya adalah salah satu bank yang ditunjuk oleh pemerintah Indonesia untuk melaksanakan program kredit

perumahan dengan fasilitas kredit dibidang perumahan rakyat. Program ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia untuk dapat memiliki rumah yang memadai dan layak sehingga hidupnya menjadi terarah dan sejahtera. Masyarakat yang ingin memiliki rumah namun tidak mempunyai biaya dapat memanfaatkan fasilitas kredit yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya dengan mengadakan perjanjian kredit (Kredit Pemilikan Rumah) dan tentunya juga harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang dikeluarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

Salah satu jenis Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya yaitu KPR Subsidi, KPR Subsidi ini diperuntukan kepada masyarakat berpenghasilan rendah. Kredit Subsidi ini diatur sendiri oleh Pemerintah, sehingga tidak setiap masyarakat yang mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini.

Selain itu, KPR belum semua lapisan masyarakat bisa menikmati, namun dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat sedangkan lahan untuk pemukiman yang terbatas, serta masih rendahnya daya beli masyarakat secara kontan, menjadikan masalah perumahan merupakan masalah yang mendesak dan kompleks. Untuk mengatasi masalah tersebut serta mencapai kesejahteraan rakyat banyak, pemerintah dituntut untuk ikut berperan aktif mengenai masalah tersebut, dengan mengusahakan agar masyarakat khususnya yang berpenghasilan rendah dapat memperoleh perumahan dengan prosedur yang mudah dan harga yang relative murah.

Dalam mendukung perkembangan sebuah perusahaan kegiatan pemasaran menjadi faktor yang penting dan wajib dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk pengembangan usahanya. Perusahaan dituntut untuk menemukan dan membangun sistem manajemen yang mampu secara profesional menarik minat para pelanggannya, hal yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam menarik minat pelanggan yaitu karena semakin susahya mendapatkan pelanggan baru dalam kompetisi yang semakin ketat dan tingkat kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi. Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan itu sendiri.

Perkembangan kegiatan pemasaran berupa perumahan saat ini merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat, selain kebutuhan sandang dan pangan. Hal ini juga disebabkan oleh semakin meningkatnya kebutuhan primer masyarakat untuk dapat memiliki rumah sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Pembangunan perumahan dan pemukiman subsidi dilakukan untuk meningkatkan kualitas kehidupan keluarga dan masyarakat, serta menciptakan kerukunan sosial masyarakat. Rumah tidak hanya sekedar sebagai tempat untuk berteduh bagi keluarga saja namun juga berfungsi sebagai tempat

tinggal yang layak, bahkan bisa berfungsi sebagai sarana untuk berinvestasi. Ketersediaan akan rumah subsidi merupakan salah satu program yang amat penting dan merupakan salah satu tujuan pembangunan nasional.

Untuk memenangkan persaingan dengan *developer* sejenis, setiap perusahaan membutuhkan sebuah strategi yang baik, dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan akan mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk. Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat penjualan produk. *Marketing Mix* atau bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan dalam mengejar profit atau keuntungan maksimal.

Adapun komponen-komponen dalam bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, process*). Ketujuh variabel tersebut merupakan kombinasi yang mempunyai peran yang sama dan merupakan satu kesatuan guna menunjang sukses perusahaan. Pelaksanaan *Marketing Mix* dilakukan secara efektif dan berbeda-beda, dengan tujuan akhir dari *Marketing Mix* yaitu untuk meningkatkan penjualan produk dan menghasilkan laba.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil judul Tugas Akhir ini yaitu **“PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SUBSIDI pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Apa saja Hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Bagaimana Penyelesaian dari hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Maksud dan Tujuan Praktek Kerja

1.3.1 Maksud Praktek Kerja

Maksud dari praktek kerja ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar ahli madya pada Program D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

1.3.2 Tujuan Praktek Kerja

Sejalan dengan identifikasi masalah sebelumnya, tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya
2. Hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Penyelesaian dari hambatan yang ditemui dalam Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Praktek Kerja

Hasil dari Praktek Kerja ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menambah wawasan, memperluas ilmu pengetahuan dalam bidang Perbankan, khususnya yang berkaitan dengan Penerapan Bauran Pemasaran (*marketing mix*) pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi tambahan bagi bahan kajian Tugas Akhir di masa yang akan datang dan juga sebagai acuan dalam penyusunan tugas akhir untuk angkatan selanjutnya.

3. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

Bagi Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya dengan adanya praktek kerja ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan dalam melaksanakan setiap kegiatan perbankan.

1.5 Metode Praktek Kerja

Metode Praktek Kerja yang digunakan penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini yaitu dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan melakukan *Participant Observe*, *In Depth Interview*, dan Studi Pustaka

1. *Participant Observe*

Menurut Sugiyono (2013:145) yaitu, penulis terlibat langsung di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya untuk mempelajari dan mengamati dalam pengumpulan data mengenai *Marketing Mix* KPR Subsidi.

2. *In Depth Interview*

Menurut Sutopo (2006:72) yaitu, penulis memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya yang berhubungan dengan *Marketing Mix* KPR Subsidi.

3. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013:93) yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang berhubungan dengan *Marketing Mix* KPR Subsidi.

1.5 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja

1.6.1 Lokasi Praktek Kerja

Praktek Kerja ini dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya yang beralamat di Jl. Sutisna Senjaya No. 101 Tasikmalaya 46112.

1.6.2 Waktu Praktek Kerja

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan Praktek Kerja Tugas Akhir ini adalah selama 30 hari kerja terkecuali hari sabtu dan minggu yaitu dimulai dari tanggal 10 Februari 2020 sampai 20 Maret 2020. Untuk lebih jelasnya tahapan pembuatan Tugas Akhir ini penulis sajikan tabel matriks sebagai berikut:

