

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan salah satu bisnis yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Dimana bank berperan dalam menyediakan alat pembayaran yang efektif dan efisien yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat, sehingga perkembangan bisnis perbankan sampai saat ini tumbuh dan berkembang pesat. Pertumbuhan ini terlihat dari semakin banyaknya lembaga keuangan baik yang dimiliki oleh negara, daerah, bahkan swasta yang mengembangkan berbagai macam produk di dalamnya dan menyebabkan timbulnya persaingan bisnis.

Adanya persaingan bisnis ini menuntut bank untuk memahami bagaimana saja kebutuhan dan keinginan masyarakat yang cenderung berubah dari zaman ke zaman. Peranan *marketing* dalam kegiatan ini sangat dibutuhkan untuk menganalisis kebutuhan apa yang mungkin akan dirasakan oleh masyarakat serta menciptakan dan membangun nilai perusahaan dalam hubungan bisnis jangka panjang antara pihak bank dengan calon nasabah. Kasmir (2018: 54) menyatakan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Dalam menciptakan kepuasan tersebut dibutuhkan suatu strategi dalam pemasaran baik dalam segi produk, harga, pelayanan, dan lain

sebagainya yang dapat membuat masyarakat akan tergiur dan ingin menggunakan produk perusahaan. Banyak sekali produk-produk yang ada pada perbankan untuk memenuhi kepuasan nasabah baik produk simpanan (tabungan, giro, deposito), kredit, dan jasa-jasa bank lainnya seperti *transfer*, *letter of credit*, *kliring*, dan lain sebagainya. Dalam kegiatannya kredit menjadi produk yang dapat menghasilkan *profit* atau keuntungan terbesar bagi bank. Menurut Andrianto (2019: 2) Kredit merupakan kondisi penyerahan baik berupa uang, barang maupun jasa dari pihak satu (pemberi kredit) kepada pihak lainnya (pihak penerima kredit) dengan kesepakatan bersama untuk dapat diselesaikan dengan jangka waktu tertentu disertai adanya imbalan atas tambahan pokok tersebut.

PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. merupakan salah satu perusahaan dalam bidang perbankan yang melakukan kegiatan bisnis bank di Indonesia, salah satu tempat kegiatan bisnisnya adalah pada Kantor Cabang Pembantu Manonjaya. Terdapat beberapa produk yang ditawarkan pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya salah satunya adalah kredit pensiun. Kredit pensiun adalah pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada pensiunan dimana nasabah akan mendapatkan fasilitas kredit baik untuk keperluan konsumtif ataupun untuk modal membuat usaha. Kredit pensiun ini merupakan kredit yang menjadi fokus utama atau menjadi produk unggulan pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya, karena kredit ini merupakan salah satu kredit yang minim risiko kredit macet.

Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu pegawai Bank BWS KCP Manonjaya menyebutkan bahwa kredit yang paling banyak nasabah adalah pada kredit pensiunan. Pada tahun 2016 penyaluran kredit pensiun berjumlah 100, pada tahun 2017 penyaluran kredit meningkat menjadi sekitar 175 akun, pada tahun 2018 penyaluran kredit bertambah kembali menjadi 220 akun, pada tahun tersebut terlihat adanya penambahan akun baru sekitar 45 akun, pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan menjadi 320 akun, tingkat penyaluran kredit pensiun pada tahun 2020 lebih rendah dari pada tahun 2019 karena terlihat jumlah akun kredit pada tahun tersebut menjadi 300 akun, begitu pula pada tahun 2021 penyaluran kredit masih tetap sama dan tidak mengalami peningkatan. Perkembangan jumlah akun kredit pensiun ini dapat dilihat dari grafik dibawah ini



Gambar 1.1

Perkembangan jumlah akun kredit pensiun PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. KCP Manonjaya

Sumber: PT Bank Woori Saudara Indonesia KCP Manonjaya (Diolah kembali)

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa PT. Bank Woori Saudara Indonesia, Tbk. KCP Manonjaya senantiasa menerapkan kegiatan pemasaran karena terlihat bahwa di setiap tahun adanya penyaluran kredit yang dilaksanakan PT. Bank Woori Saudara Indonesia, Tbk. KCP Manonjaya meskipun peningkatan akun kredit baru tidak terlihat signifikan. Peningkatan yang tidak terlalu tinggi tersebut bisa terjadi karena adanya persaingan bisnis yang sama karena tidak hanya Bank BWS, ada beberapa bank lain yang menyediakan kredit pensiunan diantaranya adalah kredit purna bakti yang merupakan produk dari Bank BJB dan kredit briguna purna yang ditawarkan oleh Bank BRI. Oleh karena itu, bauran pemasaran ini sangat penting diterapkan pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara KCP Manonjaya untuk menghadapi persaingan bisnis, selain itu bauran pemasaran ini dapat membantu pencapaian target dalam penyaluran kredit yang ditentukan dan untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai bauran pemasaran yang dilakukan PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya pada produk kredit pensiun. Sehingga dalam tugas akhir ini penulis mengambil judul **“PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA KREDIT PENSIUN (KUPEN) DI PT BANK WOORI SAUDARA INDONESIA 1906, TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU MANONJAYA TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan penulis, terdapat empat permasalahan yang akan diidentifikasi oleh penulis, yaitu:

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.
2. Apa hambatan dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.
3. Bagaimana solusi dalam penyelesaian hambatan pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.
2. Hambatan dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

3. Solusi dalam penyelesaian hambatan pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis (keilmuan)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu dalam manajemen pemasaran yaitu mengenai bauran pemasaran dan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun serta solusi dalam penyelesaian hambatan atau kendala pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

2. Aspek praktis (guna laksana)

- a. Bagi Penulis

Sebagai syarat kelulusan pada Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan serta dapat memberikan tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan penulis mengenai bauran pemasaran khususnya pada produk kredit pensiun, serta solusi dalam penyelesaian hambatan atau kendala pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk kebutuhan perkuliahan terutama bagi kegiatan penyusunan tugas akhir selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terutama dalam penerapan bauran pemasaran atau *marketing mix* pada kredit pensiun.

d. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mempelajari mengenai penerapan bauran pemasaran pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya, selain itu dapat menjadi referensi bagi pihak lain yang akan mengambil topik yang sama di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan pada salah satu bank umum swasta yaitu PT PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya yang beralamat di jalan RTA. Prawira Adiningrat No. 214 A, Desa Manonjaya, Kec. Manonjaya, Tasikmalaya, *West Java* 46197.

1.5.2 Waktu penelitian

Penelitian dilakukan sejak 22 Desember 2021 sampai dengan penyelesaian tugas akhir. Untuk lebih jelasnya tahapan pembuatan tugas akhir ini penulis sajikan tabel matriks sebagai berikut :

Tabel 1.1
Matriks Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Pelaksanaan kegiatan magang					
2	Penyusunan <i>draft</i> dan sidang laporan magang					
3	Pengajuan <i>outline</i> judul					
4	ACC Judul					
5	Pengumpulan data					
6	Pengolahan data					
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan tugas akhir					
8	Sidang tugas akhir					
9	Revisi tugas akhir dan persetujuan revisi					

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2022