

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, sektor perbankan di Indonesia mengalami perubahan signifikan, terutama dalam bauran pemasaran produk keuangan. Salah satu produk yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat adalah kredit. Kredit menjadi sumber pembiayaan utama bagi individu maupun pelaku usaha dalam memenuhi berbagai kebutuhan.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) merupakan salah satu bank daerah yang memiliki peran strategis dalam penyaluran kredit, khususnya melalui produk Kredit Guna Bhakti (KGB). Produk ini dirancang untuk membantu pegawai negeri sipil (PNS) dan pegawai tetap Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam memenuhi kebutuhan konsumtif dengan skema pembayaran angsuran melalui pemotongan gaji.

Meskipun kredit guna bhakti memiliki potensi yang signifikan, efektivitas penyalurannya masih dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan penyaluran kredit adalah meningkatnya persaingan antar bank yang menawarkan beragam produk dengan berbagai keunggulan dan teknologi. Hal ini mengharuskan nasabah untuk lebih cerdas dan selektif dalam memilih bank sebagai mitra mereka.

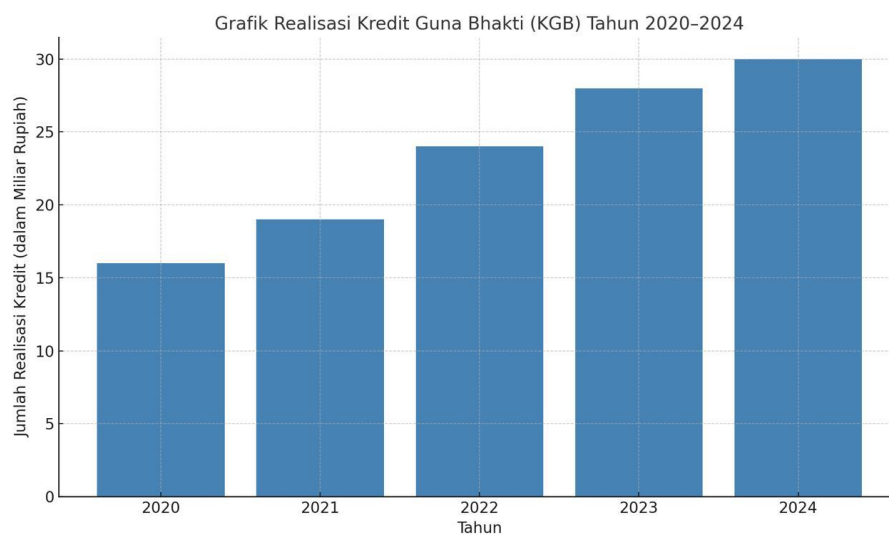
Bauran promosi (*promotion mix*) merupakan salah satu bagian yang sangat penting yang harus dilaksanakan dengan langkah-langkah yang tepat agar produk dapat mendominasi pangsa pasar. Perusahaan harus membuat keputusan mengenai bauran promosi dengan cermat agar tujuan atau target yang diinginkan dapat tercapai. Strategi promosi yang diterapkan oleh bank menjadi elemen kunci dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan, termasuk kredit. Menurut Kotler dan Keller (2016), bauran promosi terdiri dari lima elemen utama yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*).

Di Bank BJB, khususnya di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pemerintah Kota Tasikmalaya, efektivitas bauran promosi dalam mendukung penyaluran kredit guna bhakti masih menjadi topik yang belum banyak diteliti. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk ini serta keterbatasan jangkauan pemasaran menjadi kendala utama.

Dalam era digital saat ini, strategi pemasaran melalui media sosial juga menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi mampu meningkatkan interaksi dengan nasabah serta memperluas jangkauan pemasaran. Dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial, Bank BJB KCP Pemkot Tasikmalaya memiliki peluang untuk mengoptimalkan platform digital sebagai bagian dari strategi promosi guna meningkatkan efektivitas penyaluran kredit guna bhakti.

Meskipun Bank BJB telah mencapai target realisasi penyaluran dana kredit pada tahun 2024 dengan pertumbuhan aset yang signifikan, penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran promosi masih kurang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran promosi dalam efektivitas penyaluran kredit guna bhakti di Bank BJB KCP Pemkot Tasikmalaya, serta mengidentifikasi elemen bauran promosi yang paling berkontribusi dalam meningkatkan daya serap produk ini di masyarakat. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perkembangan penyaluran kredit guna bhakti selama lima tahun terakhir, berikut disajikan grafik realisasi kredit pada Bank BJB KCP Pemkot Tasikmalaya periode 2020–2024.

Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Jumlah Realisasi Kredit Guna Bhakti 2020 - 2024



Sumber: Bank BJB Kcp Pemerintah Kota Tasikmalaya

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Bank BJB dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif, sehingga kredit guna bhakti dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat. Selain itu, hasil

penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi industri perbankan dalam menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien guna meningkatkan penyaluran kredit di era digital.

Penelitian ini berjudul **"ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM EFEKTIVITAS PENYALURAN KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU PEMERINTAH KOTA TASIKMALAYA** dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi efektivitas berbagai elemen bauran promosi yang diterapkan dalam meningkatkan penyaluran KGB di BJB KCP Pemerintah Kota Tasikmalaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pelaksanaan bauran promosi (periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung) yang dilakukan oleh BJB KCP Pemerintah Kota Tasikmalaya dalam memasarkan Kredit Guna Bhakti (KGB)?
2. Menilai efektifitas masing-masing elemen promosi terhadap peningkatan kredit guna bhakti?
3. Memberikan rekomendasi bauran promosi yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan penyaluran kredit guna bhakti?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis bauran promosi yang dilakukan oleh BJB KCP Pemerintah Kota Tasikmalaya dalam memasarkan Kredit Guna Bhakti (KGB).
2. Mengetahui nilai efektivitas masing-masing elemen promosi terhadap peningkatan kredit guna bhakti
3. Memberikan rekomendasi bauran promosi yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan penyaluran kredit guna bhakti

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Manfaat pada penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat mengembangkan ilmu perbankan terutama pada hal yang berkaitan dengan bauran promosi.

1.4.2 Aspek Praktis

Dalam penelitian ini, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya untuk penulis sendiri dan umumnya untuk pihak lain. Diantaranya:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan mengenai aplikasi bauran promosi di industri perbankan, serta membandingkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik yang ada di PT Bank

Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Pembantu Pemerintah Kota Tasikmalaya

2. Bagi Lembaga Keuangan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan informasi mengenai bauran promosi kredit konsumen, khususnya kredit guna bakti (KGB) dalam menunjang perkuliahan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi khususnya untuk Jurusan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

3. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam merumuskan dan melaksanakan bauran promosi yang lebih efektif, khususnya dalam memasarkan produk Kredit Guna Bhakti (KGB). Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan terkait bauran promosi di masa mendatang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan ini di peroleh untuk mendapatkan informasi yang di perlukan dilakukan di PT Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Pembantu BPKAD Kota Tasikmalaya yang beralamat di Jl. Letnan Harun No.1, Panglayungan, Kec. Cipedes, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46134, Indonesia.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada 23 Desember 2024 – 10 Februari 2025.

Dibawah ini adalah tabel jadwal kegiatan yang dilakukan dalam penulisan laporan

Tugas Akhir:

Tabel 1.1

Matriks Waktu Penelitian Tugas Akhir Penelitian 2025

No	Kegiatan	Bulan Ke															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul Ke Pembimbing 1																
2.	Acc Judul Oleh Pembimbing 1																
3.	Acc Judul Oleh Pembimbing 2																
4.	Proses bimbingan untuk Menyelesaikan Proposal																
5.	Seminar Proposal																
6.	Revisi Proposal Tugas Akhir dan Persetujuan Revisi																
7.	Pengumpulan dan Pengolaan Data																
8.	Proses Bimbingan untuk Menyelesaikan Tugas Akhir																
9.	Ujian Tugas Akhir																
10.	Revisi Tugas Akhir dan Pengesahan Tugas Akhir																

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2025