

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era reformasi global, banyak bank telah berkembang dari berbagai produk dan layanan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dan pemerintah sebagai aset atau pendapatan yang berharga bagi negara. Pemasaran tidak terlepas dari dasar-dasar persaingan. Setidaknya untuk waktu yang lama karena akan ada persaingan yang ingin menikmatinya. Padahal, yang paling sering terjadi adalah ras yang tidak mau mengenal musuh, ras yang tidak mengenal belas kasihan. Akibatnya, isu persaingan menjadi unik di pasar (Amir, 2005).

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka diperlukan suatu kebutuhan untuk mencapai tujuan bisnis tersebut. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan prospek perusahaan dari dampak berbagai bisnis atau layanan pada permintaan untuk produk atau bisnis tertentu. Rencana pemasaran ini meliputi proses penjualan yang dapat mempengaruhi kebutuhan pasar produk, antara lain perubahan harga, penyesuaian iklan, spesialisasi desain, pemotongan, keputusan distribusi, dan lain-lain (Chandra dan Tjiptono, 2008).

Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih saluran pemasaran secara bersamaan, karena semua jenis layanan (seperti periklanan, promosi penjualan, layanan mandiri, layanan pelanggan, atau manufaktur) memiliki persyaratan yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan suatu mesin yang dapat menjalankan rencana bisnis. Secara umum, hasil pemasaran terbaik diperoleh dengan upaya untuk memperluas permintaan primer, yaitu desain untuk meningkatkan tingkat permintaan suatu produk atau kelas produk. Ketika pertumbuhan terbaik datang dari upaya untuk memilih opsi: seperti dalam perluasan pasar untuk mendapatkan keuntungan, merebut pelanggan dari pesaing,

Hasil yang muncul dalam persaingan bank sebagai industri jasa keuangan semakin kuat. Banyak bank baru telah tumbuh dan memiliki potensi besar untuk pembentukan bank. Dalam situasi industri yang terus berkembang, bank telah mampu dan pada saat yang tepat dalam perannya sebagai sumber pendanaan bagi masyarakat dan perekonomian. produk keuangan yang dapat memberikan berbagai layanan keuangan dengan mudah. Persaingan masih tak terhindarkan di benak nasabah lama dan baru yang menggunakan jasa Bank Lampung.

Di tengah wabah global dan kelesuan ekonomi di tanah air dan daerah, Bupati Daerah Mesuji bermitra dengan Bank Lampung untuk terus meningkatkan kesadaran tentang distribusi uang di antara Rakyat Investasi Komersial (KUR). Sumber pendapatan utama adalah pertanian, perdagangan, pengiriman makanan, minuman dan transportasi.

Data verifikasi klasifikasi Pedagang Besar (KUR) hingga Juni 2020 sudah baik. Menurut data dari Jasa Keuangan Lampung (OJK), penyelesaian penyaluran KUR hingga Juni 2020 mencapai Rp. 2,33 triliun. Penyaluran KUR tahun 2020 difokuskan pada Rp. 4,66 triliun.

OJK menilai tahun 2019 pengendalian kinerja KUR telah melampaui target sebesar 110,64% dengan diselesaikannya Rp. 3,86 triliun target Rp. 3,49 triliun. Terkait utang tahun 2019, ada sekitar 145.256 debitor dengan nilai baik Rp. 1,88 triliun. Pada tahun itu, terdapat 648 utang KUR tanpa nama senilai Rp. 10,02 triliun.

Selama periode Juni 2020 ini, OJK menagih total utang sebanyak 83.644 lembar saham dengan nilai Rp. 2,06 triliun. Hingga Juni 2020, masalah KUR masih mencapai harapan, yaitu hanya 1 orang yang bermasalah dengan nilai politik Rp. 24,07 juta (Radarlampung.co.id, 2020).

Tabel 1. Data Penyaluran KUR setiap bank di Lampung

No	Jenis bank	Jumlah penyaluran KUR	%
1.	BRI	Rp 1,91 T	81,98
2.	Bank Mandiri	Rp 183,10 M	6,79
3.	BNI	Rp 158,73 M	6,79
4.	Sinarmas, BTN, BRI Syariah	Rp 41,06 M	1,76
5.	BPD	Rp 38,50 M	1,65

(Suryanto, A. 2020)

Tabel 2. Data KUR Bank Lampung KCP Simpang Pematang

Tahun	KMK KUR KECIL (68)	NOMINAL	KMK KUR MIKRO (65)	NOMINAL
	NASABAH		NASABAH	
2018	8 nasabah	Rp 590.000.000	167 nasabah	Rp 4.620.000.000
2019	13 nasabah	Rp 1.140.000.000	40 nasabah	Rp 980.000.000
2020	10 nasabah	Rp 866.000.000	53 nasabah	Rp 1.485.000.000

(Data Bank Lampung KCP Simpang Pematang)

Penyaluran KUR dilakukan untuk menunjang pertanian, dengan asumsi akan memasuki musim tanam. Peralpnya, dengan lahan 1.500 hektar dan 1.000 petani, masih banyak yang belum memiliki akses permodalan. Dengan alokasi dana KUR, diharapkan pertanian di Mesuji dapat mempercepat dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Terkait dengan data tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Bank dalam Meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Lampung KCP Simpang Pematang, Kantor Kas Sidomulyo Pemda Mesuji”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah tersebut dapat dirancang untuk diteliti lebih lanjut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pemasaran PT. Bank Lampung KCP Simpang Pematang, Kantor Kas Sidomulyo Pemda Mesuji dalam Meningkatkan Usaha Pedagang Maju (KUR).

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai melalui tugas akhir ini adalah: Untuk mengetahui produk-produk PT. Bank Lampung KCP Simpang Pematang, Kantor Kas Sidomulyo Pemda Mesuji dalam Usaha Pedagang Maju (KUR).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Kemampuan untuk menambah wawasan dan wawasan strategi pemasaran dalam meningkatkan kewirausahaan dan menerapkan teori yang diperoleh selama ini dengan aplikasi uang di dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

Bagi Bank Lampung KCP Simpang Pematang, Kantor Kas Sidomulyo Pemda Mesuji penelitian-penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan dalam pengambilan kebijakan atau strategi dalam upaya peningkatan pengguna item yang lebih banyak.

3. Secara Akademis

Memberikan konten dan informasi strategi keuangan perusahaan dalam promosi Kewirausahaan, serta tambahan pengetahuan bagi mahasiswa D-III fokus pada Perbankan dan Keuangan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang deskripsi latar belakang masalah, pemecahan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian, dan contoh penulisan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Ada deskripsi konsep dan teori yang akan melengkapi dan memperkuat hubungan antara pertukaran yang ada. Seperti menafsirkan konsep bisnis, pemahaman rekening bank, pemahaman bauran bisnis, pemahaman kredit, jenis kredit.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Terdapat deskripsi jenis penelitian yang digunakan, seperti prosedur penelitian yang sesuai. Proses pengumpulan data digunakan untuk memberikan informasi yang diperlukan seperti informasi, dan diskusi.

BAB IV : PROFIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat sejarah singkat Bank Lampung KCP Simpang Pematang, Kantor Kas Sidomulyo Pemda Mesuji, visi dan peran Bank Lampung, struktur Bank Lampung, tanggung jawab dan aturan masing-masing jabatan, dan strategi bisnis KUR.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Ada kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian yang dilakukan.