

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Konsep perbankan punya peran penting dalam setiap negara dikatakan bahwa pada dasarnya bank melakukan aktivitas distribusi karena bank adalah perantara untuk memberi pinjaman seperti ada perkreditan dalam bisnis. pokok bank komersial dalam bidang inilah mereka punya pengalaman keahlian yang unggul sepertinya penyaluran kredit yang biasanya banyak menggunakan manfaat-manfaatnya.

Pada era saat ini dalam dunia berbisnis sangat dibutuhkan suatu pemasaran untuk memperkenalkan produk. Pemasaran merupakan kegiatan yang mengetahui dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan kata lain yaitu kegiatan yang melengkapi kebutuhan secara menguntungkan bagi perusahaan (Kotler & Keller, 2012).

Strategi untuk memasarkan bank adalah cara yang dilakukan perbankan untuk bisa melakukan pertahanan di masa yang akan datang karena strategi ini mempunyai tujuan ditetapkan biasanya diklasifikasikan secara rinci dengan adanya strategi pemasaran yang dipakai oleh Persero mempunyai kesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar supaya tingkat kepercayaan ini berkontribusi keyakinan pada Masyarakat atas produk yang diberikan kepada para calon debitur arti kata memberikan pelayanan yang terbaik (Susanto & Riawan, 2017). Bisa kita ketahui keadaan dunia ekonomi sifatnya bisa dikatakan adalah dinamis banyak perubahan yang terjadi setiap waktunya ketertarikan antara satu dengan yang lainnya maka strategi pemasaran adalah komponen penting untuk mengenalkan kepada nasabah ataupun calon hal ini strategi pemasaran bisa memberikan pemaparan secara jelas apa yang dilakukan perbankan untuk memasarkan produk-produk kreditnya.

Bisa kita ketahui jasa yang berkontribusi dalam perbankan saat ini sangat kompetitif maka itu dalam pemasaran produk para jasa harus tahu jasa yang akan ditawarkan seperti ini dipakai dalam perbankan punya tujuan untuk meningkatkan penyaluran untuk memenuhi kebutuhan aktivitas pemasaran kredit ini karena kredit diberikan kepada nasabah hasil daripada

pemasaran posisi marketing ini komponen penting untuk menghubungkan antara nasabah pada Lembaga keuangan itu sendiri.

Salah satu program yang diluncurkan oleh pemerintah dalam upaya pengembangan UMKM adalah dengan meningkatkan akses pembiayaan berupa kredit usaha rakyat yang diresmikan pada tanggal 5 November 2007. Pemerintah mengeluarkan intruksi presiden yang mengatur tentang kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemerdayaan UMKM. Salah satu peraturan yang terkandung didalamnya adalah program Kredit Usaha Rakyat atau sering dikenal dengan istilah KUR, KUR merupakan salah satu program yang diluncurkan oleh pemerintah guna meningkatkan taraf perekonomian masyarakat Indonesia. Peningkatan akses pembiayaan yang berfokus kepada UMKM yang penyalurannya dilaksanakan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Kredit usaha rakyat yang diberikan oleh pemerintah diharapkan dapat membantu permodalan dan pembiayaan untuk usaha mikro atau UMKM yang ada di Indonesia. Program KUR ini ditunjukkan kepada individu atau suatu badan usaha yang melakukan suatu kegiatan usaha produktif. Kredit usaha rakyat selain membantu pembiayaan untuk pelaku UMKM juga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada pada suatu daerah. Bisnis atau usaha yang dapat tercipta dan berkembang mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru dan menyerap tenaga kerja, sehingga hal tersebut mampu mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah sejalan dengan diterbitkannya rancangan undang-undang baru mengenai cipta lapangan kerja. hal tersebut membuat menteri koordinator bidang perekonomian memutuskan untuk merevisi kebijakan Kredit Usaha Rakyat untuk lebih pro kerakyatan sebagai berikut:

- a. Penurunan suku bunga menjadi 6%
- b. Peningkatan total plafon menjadi 190 triliun dan akan ditingkatkan lagi secara bertahap hingga besar 325 triliun pada tahun 2024
- c. Peningkatan plafon pada KUR mikro menjadi 50 juta perdebitur.

Upaya pemerintah untuk terus meningkatkan dan memperluas akses KUR dengan meningkatkan total plafon KUR secara bertahap pada tiap tahunnya. Pemerintah pada tahun 2022 juga memberikan tambahan subsidi

sebesar 3% sampai bulan Desember 2022. Pemerintah selalu melakukan inovasi dalam pembiayaan UMKM sejak tahun 1999 dengan skema imbal jasa penjaminan, subsidi bunga, jaminan melalui asuransi, dan kegiatan jaminan lembaga keuangan mikro. Manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat melalui adanya program KUR yaitu dapat meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan yang terjadi pada skala ekonomi usaha yang dijalankannya. Pemerintah mengharapkan kebijakan KUR yang terus berganti ini dapat semakin mendorong percepatan dan pertumbuhan UMKM yang ada di Indonesia.

Dilihat dari realisasi penyaluran pada PT Bank Lampung KC Bandar Jaya dari tahun 2020 sampai dengan 2022, secara kuantitas mengalami Peningkatan, sedangkan pada tahun 2020 KUR mengalami penurunan.

Ketika peneliti sudah melakukan pengamatan di PT Bank Lampung raja bandar jaya dampak penurunan realisasi koordinat terjadi ada beberapa orang nasabah belum tahu manfaat kur sehingga nasabah menolak untuk meminjam kur masalah yang kedua tidak sesuai dengan syarat-syarat ketentuan pinjaman kur. Disisi lain Prmosi yang belum maksimal yang dilahkukan PT Bank Lampung KC Bandar Jaya sehingga masih banyak masyarakat khususnya di desa-desa belum mengetahui keunggulan dan manfaat dari produk-produk unggulan perbankan yang di miliki PT Bank Lampung KC Bandar Jaya. Selain itu faktor dari bank lain yang bekerjasama dengan pemerintah yang juga menyalurkan KUR juga menjadi faktor ancaman dalam pemasaran Produk Layanan KUR di PT Bank Lampung KC Bandar Jaya.

Supaya Perusahaan bisa memasarkan atas produknya yang di dalamnya bis akita lihat ada barang dan jasa dalam konsep strategi pemasaran ini ada produk harga lokasi serta konsep promosi strategi ini strategi ini mempunyai manfaat Persero untuk tahu lebih dalam pada pasar yang akan dimasuki sehingga apabila strategi dilakukan maka Persero bisa meningkatkan penjualan berikut ada penyaluran KUR di lokasi tempat kajian dari tahun 2020 hingga dengan tahun 2022 memiliki total sebagai berikut yakni:

Jenis KUR	2020	2021	2022
	Plafond	Plafond	Plafond
Kredit Modal Kerja KUR Super Mikro	295,000,000	873,000,000	100,000,000
Kredit Modal Kerja KUR Mikro	855,000,000	5,940,000,000	24,955,000,000
Kredit Modal Kerja KUR Kecil	2,055,000,000	13,633,000,000	9,522,000,000
Total	3,205,000,000	20,446,000,000	34,577,000,000

Sumber : Bank Lampung KC Bank Lampung KC Bandar Jaya (2023)

Table di atas bisa kita pantau di tahun 2020 adanya dekadensi penurunan jumlah debitur dikarenakan pada mikrofit yang memberikan dampak pada aktivitas gelora ekonomi aktivitas utama Masyarakat sehingga kredit usaha rakyat ini dalam penetapan UKM terdampak banyak UMKM menutup usahanya karena tidak bisa membayar dan di tahun 2022 pentakitan tidak dilakukan pada bank karena adanya covid dan para karyawan (*WFH*). Sedangkan untuk tahun 2021 melihat adanya peluang yang secara terus menerus dan pandemi sudah mulai berkurang pihak bank berupaya untuk menargetkan kembali walaupun tidak terlalu banyak namun hasil untuk tahun 2021 dikatakan banyak peningkatan. Selanjutnya pada tahun 2022 sudah terlihat banyak peningkatan hasil yang lumayan besar dikarenakan sudah dikatakan normal dan akan terus meningkatkan pencapaian KUR pada bank tersebut.

Untuk meningkatkan Kembali kur ini di lokasi tempat kajian harus giat untuk berbagai strategi pemasaran strategi perlunya Lembaga keuangan bank Lampung KC bandar jaya dalam persaingan produk dalam pemasaran ini Bank Lampung bandar jaya perlu menggunakan bauran pemasaran “seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidaance* (tampilan fisik), dan *process* (proses).”

Berdasarkan uraian-uraian deskriptif tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK LAMPUNG KANTOR CABANG BANDAR JAYA**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis didaapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seperti apakah Analisa strategi pemasaran untuk meningkatkan kredit usaha rakyat menggunakan metode SWOT di lokasi tempat kajian ini?
2. Bagaimana mengatasi kelemahan dan ancaman saat proses pemasaran Kredit Usaha Rakyat pada PT Bank Lampung KC Bandar Jaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berlandaskan dengan latar belakang diatas, maka saya merumuskan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu dengan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT Bank Lampung KC Bandar Jaya, dan cara mengatasi kelemahan juga ancaman saat proses pemasaran Kredit Usaha Rakyat di Bank Lampung KC Bandar Jaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Sebagai pemecah suatu masalah dan penulis dapat menambah pengetahuan serta pengalaman terutama di dunia keuangan dan perbankan.

2. Bagi Pengembangan Ilmu

Dijadikan pedoman penelitian selanjutnya yang terkait dengan judul penelitian.

3. Bagi PT Bank Lampung KC Bandar Jaya

Hasil riset yang dilakukan dijadikan bahan masukan bagi beberapa stakeholder pegawai pihak kepentingan Bank Lampung kaca bandar jaya sebagai pertimbangan dalam penataan strategi pemasaran serta dijadikan bahan masukan untuk dilengkapi tempat kajian dan membuat strategi pemasaran nasabah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini sebagai bahan referensi atau digunakan untuk mahasiswa dengan tujuan penelitian yang sama.