BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasanya dalam lalulintas pembayaran dan peredaran uang. Pada umumnya Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan, giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank dikenal juga sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Dengan adanya lembaga keuangan maupun non keuangan yang menjadi pilar perekonomian di Indonesia menjadikan banyak lembaga keuangan yang tumbuh didaerah daerah. Bank Perkreditan Rakyat merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia.

Seperti yang kita ketahui bahwa Bank Perkreditan Rakyat mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit. Bank Pekreditan Rakyat merupakan salah satu lembaga keuangan yang melayani kredit disektor mikro sehingga memudahkan masyarakat menengah ke bawah untuk bisa mengembangkan usahanya. Akan tetapi dengan adanya MEA Bank Pekreditan Rakyat memasuki persaingan yang sangat ketat di bidang ekonomi. MEA yang belaku mulai desember 2015 juga merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh Bank Perkreditan Rakyat meski sebenarnya sektor perbankan baru bergabung dengan MEA tahun 2020 namun BPR harus mempersiapkan diri dengan baik karena tantangan kondisi ekonomi global yang makin kompetitif.

Selain harus mempersiapkan diri dengan baik di bidang sumber daya manusia BPR juga harus memperkuat modalnya. Penguatan modal diperlukan untuk mewujudkan industri BPR yang sehat, kuat dan produktif. Hal tersebut dapat terlihat dari pengelolaan aset dan penyaluran kredit yang meningkat. Seiring dengan berlakunya MEA disektor perbankan pada tahun 2020 industri BPR juga mengadapai tantangan yang lain yaitu semakin banyaknya kompetitor dimana Bank

umum juga mulai masuk disektor mikro, koperasi yang juga semakin menjamur sehingga persaingan semakin kompetitif.

Persaingan tersebut juga dihadapi oleh BPR yang ada dikabupaten banyuwangi, dengan semakin banyaknnya Bank Umum yang masuk disektor ekonomi mikro menjadi kompetitor terberat dalam rangka penyaluran kredit. Dikarenakan bank umum yang masuk disektor mikro bisa memberikan bunga kredit yang rendah, dan hal tersebut berimbas terhadap penyaluran kredit BPR. Salah satu BPR yang ada di Banyuwangi adalah PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi yang mempunyai 3 kantor cabang dan 6 kantor kas yang tersebar dibanyuwangi, dengan adanya persaingan yang semakin ketat sehingga dalam penyaluran kredit PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi harus mampu bersaing untuk menghadapi kompetitor yang ada diwilayah Banyuwangi. Tingginya tingkat persaingan usaha dalam bisnis perbankan khususnya BPR menuntuk pihak manajemen perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran produk perbankannya. Banyaknya produk pinjaman yang dimiliki seluruh perbankan komersil nasional menunutut tiap perusahaan memiliki nilai lebih tersendiri baik dari segi produk maupun strategi pemasarannya.

PT BPR ADY Banyuwangai mempunyai tiga kantor cabang salah satunya adalah kantor cabang pesanggaran yang terletak di Jln. Akhmad Kusnan No. 10 Pesanggaran. Setiap tahun PT BPR ADY Banyuwangi mempunyai Rencana Kerja Anggaran Tahunan yang harus diserahkan kepada Otoritas Jasa Keuangan. Didalam RKAT teersebut setiap kantor cabang dan kantor pusat mempunyai target yang harus dipenuhi dalam jangka waktu satu tahun. Akan tetapi target tetapi target yang direncanakan dalam satu tahun dibagi setiap bulannya. RKAT tersebut meliputi kenaikan outstanding/fortofolio kredit, tabungan,deposito, pendapatan dan lain-lain. Begitu juga dengan kantor cabang pesanggaran mempunyai target yang harus dipenuhi dalam berbagai sisi. Disini akan membahas tentang bagaimana cara untuk meningkatkan outstanding/fortofoliokredit/kredit yang diberikan di PT. BPR ADY Banyuwangi kantor cabang Pesanggaran.

Stategi pemasaran memegang peranan penting bagi suatu perusahaan karena strategi pemasaran merupakan kunci sukses untuk mencapai tujuan

perusahaan. Alternatif strategi terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan sangat diperlukan agar perusahaan semakin tumbuh dan berkembang. Strategi pemasaran yang tepat dengan menetapkan segementasi pasar yang sesuai sasaran akan mempengaruhi pertumbuhan kreditnya. Dalam persaingan yang semakin ketat Bank ADY Banyuwangi tidak dapat hanya mengandalkan pengembangan produk semata untuk dapat meningkatkan fortofolio kreditnya, melainkan di tuntut untuk menjalin hubungan baik dengan para pengguna jasa atau nasabah melalui peningkatan kualitas produk dan jasa yang di tawarkan. Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjadi hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan dan terciptanya loyalitas pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Menurut Porter dalam Rangkuti(2005) strategi adalah alat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Fokus dari strategi pemasaran adalah mencari cara-cara dimana perusahaan dapat membedakan diri secara efektif dari pesaingnya dengan kekuatan yang berbeda tersebut memberikan nilai lebih baik kepada konsumennya. Mengacu pada latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap peningkatan portofolio kredit pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran?
2. Apakah segmentasi pasar berpengaruh terhadap peningkatan portofolio kredit pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi cabang Pesanggaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari studi kasus ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dan segmentasi pasar yang digunakan untuk meningkan portofolio kredit di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Cabang Pesanggaran
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan penetapan segmentasi pasar terhadap peningkatan portofolio kredit di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Cabang Pesanggaran

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
   a. Dengan Penelitian ini peneliti memperoleh pengalaman dan ilmu pengetahuan baru mengenai bank perkreditan rakyat
   b. Menambah dan memantapkan kreatifitas peneliti dalam fenomena yang terjadi di industri perbankan
2. Bagi PT. BPR Anugerahdhama Yuwana Banyuwangi

   Hasil penelitian ini akan membarikan kontribusi bagi bank didalam menentukan strategi pemasaran dan segmentasi pasar sehingga dapat mendorong pertumbuhan portofolio kredit di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Cabang Pesanggaran
3. Bagi Universitas

   Memberikan tambahan wawasan sebelum lepas kedunia kerja sehingga mahasiswa mempunyai bekal kerja dan usaha serta dapat digunakan segabai bahan referensiyang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa datang yang juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitan ini.