

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sektor perekonomian di Indonesia yang bernilai tinggi berasal dari perbankan. Kondisi tersebut dijelaskan dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang berkaitan dengan tujuan sektor perbankan Indonesia untuk memperkuat upaya pembangunan nasional untuk meningkatkan pemerataan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan stabilitas nasional dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Memberikan informasi dari Kumparan.com Bank adalah lembaga keuangan yang beroperasi di sektor keuangan dan terlibat dalam pengumpulan dan distribusi dana dalam suatu komunitas. Fungsi utamanya meliputi pemberian kredit dan menawarkan layanan yang terkait dengan transaksi pembayaran dan peredaran uang. Kredit mengacu pada kapasitas untuk mendapatkan pinjaman dengan komitmen untuk membayarnya kembali dalam jangka waktu yang disepakati bersama (Astiko, 1996).

Kredit, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 12 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, mengacu pada penyediaan uang atau utang yang diperlakukan sebagaimana adanya. Ketentuan ini dibuat melalui perjanjian atau perjanjian pinjaman-pinjam antara bank dengan pihak lain. Peminjam berkewajiban untuk melunasi utang, bersama dengan bunga, remunerasi, atau pembagian keuntungan, dalam jangka waktu tertentu.

UMKM mengacu pada upaya kewirausahaan yang dioperasikan oleh individu, rumah tangga, atau entitas perusahaan skala kecil. Biasanya, perusahaan UMKM dikategorikan berdasarkan pendapatan tahunan, ukuran tenaga kerja, dan aset yang mereka miliki. Pemerintah telah menetapkan peraturan pengelolaan UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang berkaitan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau negara. Mereka berfungsi sebagai fondasi ekonomi lokal di beberapa tempat. Dalam rangka meningkatkan kualitas UMKM di Indonesia, melalui perbankan pemerintah mempunyai kapasitas untuk menjalankan program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Program ini memerlukan pemberian kredit atau pembiayaan untuk tujuan

modal kerja atau investasi kepada UMKM yang menghadapi tantangan terkait modal. Kredit Usaha Rakyat (KUR) memberikan bantuan kepada UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka dengan memberikan akses dana untuk memperbarui peralatan, meningkatkan kualitas produk, dan mengikuti tren pasar.

Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) pemerintah merupakan program yang dirancang untuk memperluas pilihan pendanaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Mekanisme penjaminan digunakan oleh lembaga keuangan untuk melaksanakan program ini. Program KUR dirancang untuk menambah sumber daya keuangan bisnis, terutama dalam konteks kebijakan yang dirancang untuk mempercepat perluasan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pada tahun 2007, pemerintah mengeluarkan Inpres Nomor 6, yang menekankan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia (Instruksi Presiden Republik Indonesia, 2007). Pada 5 November 2007 menandai dimulainya program KUR secara resmi. Dana perbankan atau lembaga keuangan yang berfungsi sebagai Distributor KUR menyediakan pembiayaan yang telah dijamin KUR. Dana tersebut disalurkan kepada pelaku UMKM perorangan/perorangan, badan usaha, dan/atau kelompok usaha yang memiliki usaha produktif dan layak tetapi tidak memiliki agunan tambahan atau belum memenuhi syarat untuk pinjaman bank. Dana tersebut dialokasikan sebagai modal kerja dan dana investasi.

Beberapa bank menawarkan pinjaman KUR, masing-masing dengan varietas spesifik mereka sendiri berdasarkan peraturan masing-masing. Gambar 1.1 menggambarkan bank-bank teratas yang mendistribusikan jumlah Kredit Usaha Rakyat (KUR) tertinggi hingga Desember 2022.

Tabel 1. 1 Bank Penyalur Kredit Usaha Rakyat Terbesar sampai Desember 2022

Bank BRI	Rp 899,072 Triliun
Bank Mandiri	Rp 172,528 Triliun
Bank BNI	Rp 141.373 Triliun

Bank BSI	Rp 22,971 Triliun
----------	-------------------

Sumber : Databoks

Berdasarkan data Sistem Informasi Kredit Program (SIKP) Kementerian Keuangan, pemerintah telah menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan nilai kontrak kumulatif Rp 1.312,59 triliun sejak 2014 hingga 26 Desember 2022 (KUR, 2018). Selama periode ini, bank primer yang menyalurkan kredit KUR adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI), dengan nilai kontrak sebesar Rp 899,07 triliun. Distributor utama KUR berikut adalah Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank Syariah Indonesia (BSI), yang ditunjukkan oleh nilai kontrak yang ditunjukkan pada grafik. Selain itu, banyak bank dan organisasi lain telah mengalokasikan pinjaman KUR dengan total nilai kontrak sekitar Rp 114,27 triliun, selain yang telah disebutkan.

Tabel 1.2 Bank Penyalur Kredit Usaha Rakyat Terbesar Sampai Oktober 2023

Bank BRI	Rp 123,51 Triliun
Bank Mandiri	Rp 26,78 Triliun
Bank BNI	Rp 7,7 Triliun

Sumber : Kontan.co.id

Menurut statistik yang dihimpun di atas, per Oktober 2023, Bank BRI tetap menjadi Bank Distribusi KUR terdepan di tahun 2023, dengan nilai kontrak sebesar Rp 123,51 triliun. Bank Mandiri menyusul dengan kontrak senilai Rp 26,78 triliun, dan Bank BNI dengan nilai kontrak Rp 7,7 triliun.

Beberapa bank menawarkan pinjaman KUR, termasuk Bank BRI. Kredit Usaha Rakyat Bank BRI meliputi KUR Mikro, KUR Kecil, dan TKI KUR. Bank BNI menawarkan dua jenis KUR, yaitu KUR Mikro dan KUR Kecil. Di sisi lain, Bank BSI menyediakan tiga jenis KUR, yaitu KUR Kecil, Kur Mikro, dan Kur Super Mikro.

Seperti yang dinyatakan oleh (Kotler and Keller 2016), bauran pemasaran mengacu pada kumpulan strategi pemasaran yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan mereka dalam segmen pasar tertentu. Bauran pemasaran mengacu pada serangkaian empat aspek penting dalam konsep pemasaran yang dapat

dimanipulasi bank untuk menarik klien. Bank dapat memikat klien dengan upaya pemasaran yang mencakup elemen-elemen berikut: Produk, Harga, Promosi, dan Tempat. Namun demikian, seperti yang dikemukakan oleh (Lupiyoadi 2011), industri jasa membutuhkan penyertaan komponen esensial, yaitu: *People, Physical Evidence* dan *Process*. Komponen tambahan ini dapat secara signifikan memengaruhi kepuasan klien. Bauran pemasaran terdiri dari tujuh variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk memengaruhi respons klien di target pasar mereka.

Pemeriksaan Analisis SWOT terdiri dari empat elemen mendasar: Kekuatan (*Strengths*), yang merupakan kondisi menguntungkan perusahaan saat ini; Kelemahan (*Weakness*), yang merupakan area kerentanan atau kerugian saat ini bagi perusahaan; Peluang (*Opportunities*), yang merupakan kondisi eksternal yang menguntungkan yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan perusahaan; dan Ancaman (*Threats*), yaitu kondisi eksternal yang dapat mengganggu operasional perusahaan dan menimbulkan risiko di masa depan (Wijayati, 2019). Analisis SWOT adalah metode yang sangat baik untuk melakukan analisis, karena membantu perusahaan menentukan strateginya untuk memaksimalkan potensinya (Wijayati, 2019).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO TBK KANTOR CABANG BANDUNG ASIA AFRIKA”**

I.2 Tujuan

Penulisan Tugas Akhir ini memiliki tujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Rakyat Indonesia (BRI) Melalui Analisis SWOT dari Marketing Mix

I.3 Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Laporan ini dapat berguna dan menjadi sumber daya yang berharga bagi pembaca, memberi mereka pengetahuan lebih lanjut dan berfungsi sebagai referensi untuk laporan akhir proyek di masa depan. Selain itu, dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang berharga dan diperhitungkan oleh bank untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran untuk Kredit Usaha Rakyat (KUR).

b. Manfaat Praktis

1. Diharapkan penulisan ini dapat menginformasikan kepada pembaca tentang strategi pemasaran spesifik yang dipergunakan untuk menaikkan pemanfaatan Kredit Usaha Rakyat oleh Bank BRI.
2. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan yang berharga bagi Bank dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya untuk produk pinjaman komersial.