

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian suatu negara dipengaruhi kondisi industri pendukung, industri perbankan merupakan salah satu industri yang sangat berperan dalam mendukung perkembangan ekonomi, yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Penyaluran dana dalam bentuk kredit akan meningkatkan perkembangan industri pada sektor riil yang mendukung pertumbuhan perekonomian negara dan mengurangi tingkat pengangguran.

Peranan perbankan dalam perekonomian rakyat saat ini sangat penting untuk memudahkan dan melancarkan berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Sesuai yang di jelaskan dalam pasal 4 Undang-Undang Perbankan no. 10 tahun 1998 tentang perbankan, yaitu Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Selain turut serta dalam usaha menstabilkan keadaan perekonomian di Indonesia, perbankan juga turut mendukung dan menciptakan usaha-usaha yang ada di wilayah Indonesia. Dengan menyediakan berbagai layanan jasa perbankan, bank turut aktif memperlancar berbagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh berbagai perusahaan atau instansi maupun usaha-usaha kecil menengah yang secara tidak langsung dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, selain itu bank juga menyalurkan dananya kepada bidang-bidang produktif, terutama dalam hal pembangunan. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Kredit merupakan sebuah lembaga penyaluran dana dari masyarakat yang dihimpun kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana, dimana bank berperan sebagai lembaga keuangan yang menjadi perantara antara pihak-pihak tersebut.

Manusia pasti akan mempunyai kebutuhan dalam mempertahankan hidupnya guna memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan di masa yang akan datang. Salah satu kebutuhan yang dimiliki oleh manusia yakni kebutuhan primer yang salah satunya mencakup papan atau disebut dengan rumah. Di zaman sekarang, pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat dengan luas tanah yang tetap, sehingga persaingan untuk mendapatkan tempat tinggal sangatlah ketat dan memicu meningkatnya harga tanah atau rumah. Hal itu menyebabkan tidak semua orang mampu membeli rumah secara tunai, sehingga membeli dengan angsuran atau menyewa adalah jalan alternatif yang dipilih masyarakat. Dengan begitu, perbankan saling bersaing meluncurkan produk, seperti mempunyai produk atau fasilitas pembiayaan pemilikan rumah atau disebut KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Kredit pemilikan rumah adalah fasilitas pinjaman yang diberikan untuk keperluan pembelian kepemilikan properti/properti usaha pembelian baru atau *second* yang dijual melalui developer atau nondeveloper dan diperuntukkan bukan hanya usaha, tetapi bisa juga digunakan untuk *take over*, *top up*, dan renovasi. Tujuan dengan adanya kredit pemilikan rumah, yaitu membantu para masyarakat atau calon nasabah yang ingin memiliki rumah idaman tetapi tidak mempunyai biaya yang cukup untuk membayar secara *cash* atau tunai dalam jumlah yang banyak. Fasilitas pembiayaan pemilikan rumah muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi dikalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli masyarakat.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, maka perbankan harus menetapkan konsep strategi yang sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin tinggi. Strategi merupakan rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi yang biasa dilakukan adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk keberhasilan setiap perusahaan. Strategi inilah yang biasa dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi tujuan perusahaan dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami konsumen agar produk atau jasa yang

ditawarkan oleh suatu perusahaan dapat sesuai dan dapat memuaskan keinginan konsumen, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya.

Peran pemasaran sangat diperlukan setiap badan usaha, mengingat kegiatan pemasaran dilaksanakan mulai pada perencanaan, penentuan produk, harga, dan distribusinya dengan maksud untuk memuaskan kepentingan pelanggan atau nasabah. Jika bank masih bertindak pasif, maka kemungkinan produk atau jasa pada perbankan bisa tidak dikenal oleh masyarakat. Kegiatan pemasaran tersebut dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dari perbankan di hati nasabah ataupun calon nasabah. Dengan kegiatan pemasaran tersebut, nasabah maupun masyarakat dapat memperoleh informasi-informasi akurat mengenai produk atau jasa yang diberikan oleh suatu bank. Dalam memasarkan produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu bank, bank harus pandai membaca situasi pasar sekarang maupun yang akan datang. Artinya, bank harus cepat tanggap dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Strategi pemasaran biasanya dirancang untuk meningkatkan kemungkinan konsumen atas rasa memiliki perasaan dan pikiran yang condong terhadap produk/jasa, sehingga mereka akan mencoba atau menggunakannya secara berulang. Strategi pemasaran melibatkan pengembangan atau penyajian pemasaran pada target terpilih agar mempengaruhi cara yang konsumen pikirkan, cara yang konsumen merasa, dan hal yang konsumen lakukan. Jika strategi pemasaran yang tepat dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat sebagai sasaran konsumen, maka akan berdampak pada percepatan proses pertukaran produk dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul Tugas Akhir, **“Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah KPR”**.

I.2. Tujuan

Adapun tujuan penyusunan Laporan Tugas Akhir sebagai berikut :

a. Tujuan Umum

Untuk menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah dalam meningkatkan jumlah nasabah KPR pada suatu bank.

b. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penyusunan Laporan Tugas Akhir sebagai berikut :

- 1) Mengetahui apa saja strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah.
- 2) Mengetahui implementasi strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah.
- 3) Mengetahui dampak yang diperoleh dari strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah.

I.3. Manfaat

Adapun manfaat dari Laporan Tugas Akhir ini adalah :

a. Manfaat secara teoritis:

Laporan Tugas Akhir ini dapat menambah wawasan pembaca dan sebagai referensi untuk bahan laporan tugas akhir selanjutnya. Selain itu, dapat memberikan sumber informasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk bank dalam rangka meningkatkan kualitas strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

b. Manfaat secara praktis:

Laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi bahan informasi kepada pihak-pihak terkait, mengenai strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada suatu bank, bagaimana implementasi dari strategi pemasaran terhadap suatu bank, beserta dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi pemasaran tersebut.