

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau disebut juga Bank BNI kini telah memasuki usia ke-78 tahun. Di usia yang semakin matang ini, Bank BNI tetap berkomitmen untuk terus setia melayani masyarakat dan juga dapat terus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Adapun, sejak didirikan pada 5 Juli 1946, Bank BNI telah didesain untuk melengkapi kedaulatan yang telah diraih Indonesia, khususnya dalam bidang moneter. Bank BNI, pada awalnya didirikan sebagai bank sentral yang kemudian diberikan amanah untuk mengemban tugas yang sangat mulia, yaitu sebagai Bank Perjuangan dan Bank Pembangunan (bni.co.id).

Dengan banyaknya peran Bank BNI sebagai salah satu penopang ekonomi masyarakat, maka Bank BNI telah tumbuh menjadi salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia dalam memberikan layanan finansial secara terpadu. Hal ini juga didukung oleh sejumlah perusahaan anak yang solid, yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life, BNI Asset Manajemen, BNI Ventures, BNI Remittance, dan Hibank (bni.co.id).

Dengan banyaknya layanan finansial yang dikelola oleh Bank BNI, dengan begitu dapat terlihat bahwa Bank BNI semakin agresif mengembangkan bisnisnya di sektor jasa. Karena itu kehadiran Bank BNI di tengah masyarakat tentunya memiliki peran tersendiri bagi nasabahnya.

Dengan adanya pemberian pelayanan yang memuaskan dan mengerti dengan kebutuhan nasabah, tentunya akan menjadi sebuah citra yang baik dan layak dipertahankan oleh Bank BNI. Hal ini tentunya akan sangat bermanfaat sebagai langkah awal untuk dapat memformulasikan sebuah paket strategi yang komprehensif, baik untuk pengembangan produk perbankan maupun meningkatkan nilai tambah dalam layanan perbankan.

Salah satu produk pinjaman yang saat ini menjadi pusat perhatian adalah produk pinjaman bagi pelaku UMKM yaitu Kredit Usaha Rakyat atau disingkat KUR. Namun tentunya Bank BNI harus memiliki strategi pemasaran tertentu dalam pemasaran produk pembiayaan produktif bagi pelaku UMKM, mengingat banyaknya kehadiran lembaga-lembaga perbankan dan keuangan lainnya yang juga menyalurkan pembiayaan kepada pelaku UMKM. Oleh karena itu Bank BNI harus memiliki keunggulan khususnya dalam penyaluran kredit usaha rakyat. Dengan berkembang pesatnya usaha yang dibangun oleh UMKM, maka akan tumbuh *entrepreneurship* yang memiliki etos kerja yang tinggi, yang akan berdampak positif terhadap kemajuan dan kebangkitan ekonomi masyarakat sebagaimana yang terjadi di masa silam sekaligus berdampak positif bagi lembaga perbankan dan keuangan itu sendiri.

Pertumbuhan *enterpreneur* di Selatpanjang dapat dilihat dengan berkembangnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM di Selatpanjang sudah banyak menggunakan produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh beberapa perbankan termasuk Bank BNI. Dalam menggunakan jasa perbankan sebagai produk keuangan tentunya

UMKM juga mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan mengambil pembiayaan. Untuk itu PT. BNI harus dapat membaca peluang serta dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen, termasuk dalam hal ini harus memperhatikan strategi pemasaran khususnya dalam penyaluran produk pembiayaan PT. BNI di Selatpanjang

PT. BNI Cabang Selatpanjang adalah salah satu Bank yang menyalurkan kredit produktif berupa Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kepulauan Meranti. Selain itu juga terdapat Bank pesaing lainnya yang juga menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan produk kredit lainnya yang serupa dengan produk dari Bank BNI. Hal ini menyebabkan pemasaran produk kredit produktif khususnya Kredit Usaha Rakyat yang efisien dan efektif menjadi kunci bagi Bank BNI Cabang Selatpanjang untuk meningkatkan penyaluran Kredit Usaha Rakyat kepada UMKM di Selatpanjang. Penerapan segmentasi pasar yang tepat di daerah Kabupaten Kepulauan Meranti menjadi kunci dalam pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat. Agar kredit yang telah diberikan tidak mengalami masalah, maka pihak pengelola sebaiknya harus lebih hati-hati dalam memberikan kredit yang diberikan kepada nasabahnya guna mengukur tingkat kesanggupan nasabah untuk mengembalikan pinjaman yang telah disepakati pada perjanjian awal. Dari kejadian itu, bank seharusnya mempunyai tugas untuk mengantisipasi terjadinya masalah kredit. Apabila hal tersebut sudah bisa diantisipasi tentu akan menjadikan penyaluran kredit yang dinilai secara lancar sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Kasmir (2014) kredit produktif merupakan kredit yang diberikan untuk menghasilkan suatu (proses produksi), baik barang maupun jasa. Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam undang-undang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2021, UMKM berkontribusi terhadap 61,07% PDB dan 97% total tenaga kerja di Indonesia. Berikut data usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menggunakan produk kredit usaha rakyat pada tahun 2022 dan 2023 di Bank BNI Cabang Selatpanjang sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Debitur UMKM Selatpanjang yang menggunakan produk Kredit Usaha Rakyat pada tahun 2021 s.d. Juni 2024

Tahun	Jumlah Debitur UMKM	Total Bakidebet KUR (Rp)
Dec-21	461	57.677.490.346
Jun-22	453	64.194.468.919
Dec-22	430	71.471.129.787
Jun-23	406	67.872.840.355
Dec-23	347	62.998.903.908
Jun-24	299	55.352.010.390

Sumber: BANK BNI Selatpanjang (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terdapat pelaku UMKM pada posisi per Desember 2021 yang menggunakan produk kredit usaha rakyat sebanyak 461

UMKM dengan total bakidebet kredit yang disalurkan Rp57.677.490.346, dan pada posisi per Juni tahun 2022 yang menggunakan produk kredit usaha rakyat hanya sebanyak 453 UMKM dengan total bakidebet kredit yang disalurkan sebesar Rp64.194.468.919, yang mana terdapat kenaikan dari tahun sebelumnya. Kemudian pada posisi Desember 2022 UMKM yang menggunakan kredit usaha rakyat sebanyak 430 dengan total bakidebet kredit yang disalurkan sebesar Rp71.471.129.787. Dan selanjutnya pada posisi per Juni 2023 UMKM yang menggunakan kredit usaha rakyat sebanyak 406 UMKM dengan total bakidebet kredit yang disalurkan sebesar Rp67.872.840.355 dengan begitu terdapat penurunan pinjaman dari tahun sebelumnya. Selanjutnya pada posisi per Desember 2023 yang menggunakan produk kredit usaha rakyat sebanyak 347 UMKM dengan total bakidebet kredit yang disalurkan sebesar Rp62.998.903.908, kemudian pada posisi per Juni 2024 yang menggunakan produk kredit usaha rakyat sebanyak 299 dengan total bakidebet kredit yang disalurkan sebesar Rp55.352.010.390. Dari data-data pada tabel diatas diketahui bahwa sejak Juni 2023 sampai dengan Juni 2024 pinjaman kredit usaha rakyat terus menurun sedangkan jumlah debitur kredit usaha rakyat juga mengalami penurunan setiap periodenya sejak Juni 2022.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan terdapat beberapa kendala, diantaranya akses permodalan kepada para pelaku UMKM, *remapping* proses kredit cabang, perubahan ketentuan penyaluran KUR dan permasalahan pertanahan di wilayah Kab. Kep. Meranti - Selatpanjang. Bank BNI sebagai salah

satu bank terbesar di Indonesia memiliki peran penting dalam membantu UMKM mendapatkan akses permodalan melalui produk kreditnya.

(Atmaja & Paulus, 2022) dalam penelitiannya menyebutkan Sistem keuangan merupakan sistem yang meliputi lembaga keuangan, pasar keuangan, dan infrastruktur keuangan, termasuk sistem pembayaran yang saling terhubung untuk memfasilitasi pengumpulan dan pengalokasian dana masyarakat dalam berbagai aktivitas ekonomi. Sistem pembayaran sebagai salah satu bagian dari infrastruktur keuangan berkaitan dengan pemindahan dana telah memberikan kontribusi dan pengaruh besar dalam mempercepat dan memperluas inklusi keuangan sebagai wujud pelaksanaan strategi nasional keuangan inklusif. Selain itu, terjaminnya kelancaran sistem pembayaran menjadi kebutuhan yang tidak dapat ditawar lagi di era kian pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini terutama dengan hadirnya teknologi finansial (*financial technology/fintech*).

(Pemasaran & Pembiayaan, 2019) dalam penelitiannya menyebutkan kenyataan di lapangan menggambarkan kurangnya minat para pengusaha UMKM dalam menggunakan produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh beberapa perbankan syariah yang ada di kota Parepare. Hal ini ditandai dengan jumlah nasabah pembiayaan BNI Syariah yaitu pembiayaan IB Hasanah hanya berjumlah 92 orang. Padahal, jika mereka menggunakan produk pembiayaan bank syariah, mereka bisa bertransaksi dengan bank tanpa khawatir adanya unsur riba.

(Azzubaidi, 2018) dalam penelitiannya menyebutkan salah satu produk *consumer banking* yang banyak diminati oleh masyarakat dan banyak dikembangkan oleh perbankan adalah bisnis kartu kredit. Dorongan bank untuk

memasuki industri kartu kredit disebabkan oleh pangsa pasar di Indonesia yang masih terbuka untuk pengembangan kartu kredit. Melihat peluang dan potensi bisnis yang besar tersebut dan juga dengan visi ingin memberikan kemudahan dan keringanan kepada nasabah dan para pengguna kartu kredit, PT. Bank BNI Syariah membentuk Divisi Bisnis Kartu. Divisi Bisnis Kartu BNI Syariah adalah salah satu divisi bisnis yang ada dalam struktur organisasi PT. Bank BNI Syariah yang mengelola dan menjalankan bisnis yang berhubungan dengan produk kartu kredit syariah yang diberi nama “iB Hasanah Card”.

(Sri Wahyunti, 2020) dalam penelitiannya menyebutkan dari kegiatan perencanaan pembangunan dari masa ke masa, Indonesia telah mengalami perubahan paradigma dalam perencanaan pembangunan. Setidaknya sejak dimulainya era reformasi, paradigma perencanaan pembangunan berganti dari perencanaan komprehensif menjadi perencanaan strategis. Paradigma perencanaan strategis dipilih pemerintah karena dirasa memiliki manfaat yang jelas dalam jangka waktu yang singkat. Paradigma perencanaan strategis yang dianut pemerintah dalam kegiatan perencanaan pembangunan daerah memiliki nilai lebih dengan adanya pelibatan *stakeholders* (pemangku kepentingan) yang menjadikan perencanaan pembangunan daerah tepat sasaran.

Selanjutnya (Atmaja & Paulus, 2022) dalam penelitiannya menyebutkan masalah utama dalam penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan; (1) Bagaimana dampak pandemi Covid 19 terhadap UMKM di Kabupaten Pandeglang; dan (2) Apa saja langkah strategis yang harus dilakukan UMKM dan Pemerintah untuk mempertahankan eksistensinya di masa pasca pandemi Covid-

19. Tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak pandemi Covid 19 terhadap UMKM di Kabupaten Pandeglang serta langkah-langkah strategis yang harus dilakukan UMKM dan pemerintah untuk mempertahankan eksistensinya di masa pasca pandemi Covid-19. Target/sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM selama masa pandemi Covid 19 melalui upaya dan atau kebijakan dari pemerintah. Penelitian ini dilaksanakan oleh Badan Penelitian Pengembangan dan Inovasi Daerah dengan ruang lingkup penelitian di lingkungan Pemerintah Kabupaten Pandeglang dan mengkhususkan lokasi penelitian pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Pandeglang. Penerima manfaat dari penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Pandeglang, Pemerintah Daerah Kabupaten Pandeglang, pelaku ekonomi lainnya dan masyarakat luas yang membutuhkan informasi terkait penelitian ini.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengupas lebih mendalam terkait strategi Bank BNI dan seberapa efektif strategi-strategi Bank BNI dalam menciptakan peluang karena tingginya daya saing era digital yang semakin kompleks, untuk itu penulis akan memberi judul penelitian ini dengan **“Strategi Bersaing Unit Pemasaran Dalam Meningkatkan Penyaluran Produk Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM Pada PT. BNI Cab. Selatpanjang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diangkat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing Unit Pemasaran dalam memasarkan Produk Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM pada PT. BNI Cab. Selatpanjang?
2. Apa saja kendala Unit Pemasaran dalam menciptakan strategi bersaing dalam memasarkan Produk Kredit Usaha Rakyat bagi Pelaku UMKM pada PT. BNI Cab. Selatpanjang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bersaing Unit Pemasaran PT. BNI dalam meningkatkan penyaluran Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM Pada PT. BNI Cab. Selatpanjang
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh Unit Pemasaran PT. BNI dalam menciptakan strategi bersaing dalam memasarkan Produk Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM Pada PT. BNI Cab. Selatpanjang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan masukan kepada bank BNI untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam menciptakan strategi

bersaing Unit Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM Pada PT. BNI Cab. Selatpanjang

2. Memberikan masukan untuk memecahkan masalah terkait kendala yang dihadapi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan penyaluran Produk Kredit Usaha Rakyat Bagi Pelaku UMKM Pada PT. BNI Cab. Selatpanjang

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang menjadi penelitian penulis adalah PT. BNI Cabang Selatpanjang. Penulis menjadikan PT. BNI Cabang Selatpanjang sebagai lokasi penelitian karena beberapa alasan yaitu PT. BNI adalah tempat penulis bekerja sehingga pengumpulan data dan pendalaman permasalahan dalam penulisan menjadi lebih cepat dan terukur.

Pembahasan ini terfokus pada :

1. Strategi bersaing Unit Pemasaran PT. BNI menyalurkan produk Kredit Usaha Rakyat bagi pelaku UMKM pada PT. BNI Cab. Selatpanjang
2. Mencari tahu mengenai kendala/hambatan yang dihadapi dalam menciptakan strategi untuk memasarkan produk Kredit Usaha Rakyat bagi pelaku UMKM pada PT. BNI Cabang Selatpanjang.
3. Penelitian ini terfokus hanya pada pembiayaan kredit usaha rakyat untuk pelaku UMKM yang ada di Selatpanjang

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penyusunan skripsi ini secara keseluruhan

terinci sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tujuan umum, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi tentang dasar-dasar teori yang dapat dilihat dari literatur-literatur serta bahan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian yang mendeskripsikan bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu, pada bab ini diuraikan metode pendekatan masalah, metode pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang tahapan penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan/analisa.

BAB V: Penutup

Pada bab ini memaparkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, saran untuk pihak yang berkepentingan dengan penelian ini