

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Studi

Perkembangan dunia perbankan saat ini menuntut perusahaan untuk menggunakan strategi-strategi pemasaran yang benar-benar tepat, guna tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tujuan pemasaran ini adalah untuk mempengaruhi nasabah agar bersedia membeli barang atau jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan.

Perbankan mempunyai peranan yang penting dalam lembaga ekonomi. Kegiatan utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana untuk kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Di Indonesia lembaga perbankan dibedakan menjadi dua yaitu Bank Umum dan BPR. Bank umum terdiri dari bank milik Pemerintah maupun swasta, dan masih terbagi menjadi Bank Konvensional dan Bank Syariah.

Bank Jabar Banten Syariah merupakan salah satu bank yang pengelolaannya berdasarkan prinsip islam yang mempunyai kebijakan dan arah tujuan yang disesuaikan dengan prinsip ajaran islam.

Seiring perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi, kendaraan menjadi sesuatu yang penting bagi masyarakat sebagai sarana transportasi sehari-hari yang lebih efisien. Maka industri perbankan memiliki peluang bisnis untuk memberikan jasa dalam pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor.

Bank Jabar Banten Syariah sebagai salah satu bank yang memiliki produk pemilikan kendaraan bermotor juga melakukan strategi dalam memasarkan produknya terutama pada produk pembiayaan. Untuk mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabahnya. Bagi bank konsep pemasaran yang cocok adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan. Hal ini mendorong Bank Jabar Syariah untuk selalu meningkatkan kualitas dan mutu baik dalam pelayanan, mengembangkan produk dan jasa yang nantinya akan dirasakan oleh nasabah.

Untuk menghadapi persaingan di masyarakat dalam lembaga perbankan, perlu diperhatikan konsep pemasaran yang ada seperti sasaran pemasaran, kebutuhan pelanggan, serta sarana promosi. Terlihat pada data rekapitulasi pembelian kendaraan bermotor di Bank Jabar Banten Syariah, sebagai berikut :

Table 1.1 Perkembangan Pembiayaan Pembelian Kendaraan Bermotor Tahun 2014

No	Bulan	Posisi (Rp)	Pertumbuhan	
			Rp	%
1	Juli	1.786.439.326	9.918.999	
2	Agustus	1.813.599.773	27.160.447	1,52
3	September	1.966.564.676	152.964.903	8,43

Sumber : Laporan Rekapitulasi Pembelian Kendaraan Bermotor 2014

Dari data diatas terlihat adanya peningkatan pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor selama 3 bulan, hal ini tidak terlepas dari peran promosi yang salah satunya melakukan penyebaran brosur sebagai media periklanan untuk memperkenalkan kepada nasabah. Terbukti pula Bank Jabar Banten Syariah dalam menyalurkan pembiayaan murabahahnya pada tahun 2013 tumbuh sebesar 56,3% (sumber : www.republika.co.id).

Berdasarkan uraian diatas dan mengingat pentingnya strategi pemasaran dalam kegiatan perbankan maka penulis bermaksud membuat tugas akhir dengan mengambil judul **“Tinjauan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pemilikan Kendaraan Bermotor iB Masalah pada PT. Bank Jabar Banten Syariah Cabang Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang studi, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah di bank bjb syariah Cabang Bandung ?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pemasaran produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah di bank bjb syariah Cabang Bandung ?
3. Solusi apa saja yang dilakukan untuk menangani kendala dalam pemasaran produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah di bank bjb syariah Cabang Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Studi

Adapun maksud dilakukannya studi ini, untuk memperoleh data yang berkenaan dengan strategi pemasaran dalam produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah pada bank bjb Cabang Bandung sebagai acuan untuk penyusunan Tugas Akhir.

Adapun tujuan penulis melakukan studi ini sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah pada bank bjb syariah Cabang Bandung.
2. Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah pada bank bjb syariah Cabang Bandung.
3. Mengetahui solusi yang dilakukan dalam menanggapi pelaksanaan pemasaran produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB masalah pada bank bjb syariah Cabang Bandung.

1.4 Kegunaan Studi

1. Kegunaan Teoritis

Studi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis pada bidang pemasaran (*marketing*), khususnya tentang strategi pemasaran produk pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Mengaplikasikan ilmu teori yang penulis dapatkan di perkuliahan, sehingga penulis dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuannya dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Hasil kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Bank Jabar Banten Syariah sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan strategi pemasaran dan meningkatkan kinerja yang telah dicapai.

c. Bagi Pihak Lain

Semoga hasil kegiatan studi ini dapat menambah wawasan terhadap pihak lain untuk lebih memahami dunia perbankan khususnya dalam hal strategi pemasaran pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor dan dapat menjadi referensi yang relevan untuk penelitian lainnya.

1.5 Metode Studi

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini metode studi yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode studi yang dapat memperoleh deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis melakukan pengumpulan data yang relevan berupa teori-teori dan literatur yang berkaitan dengan topik yang dibahas sebagai pedoman pembahasan, sehingga dapat dimuat batasan-batasan pokok pembahasan.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu cara untuk memperoleh data-data dengan cara melakukan penelitian secara langsung kepada objek yang akan diteliti dengan cara atau teknik sebagai berikut :

a. Wawancara

Yaitu mengadakan pembicaraan langsung dengan staff *marketing financing* yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

b. Kerja Praktik

Metode studi yang dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan atau kerja praktik di Bank Jabar Banten Syariah Cabang Bandung untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

1.6 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penulis melakukan studi untuk mendapatkan data dan informasi guna keperluan Tugas Akhir dengan mengambil lokasi di PT. Bank Jabar Banten Syariah Cabang Bandung Jl. Pelajar Pejuang 45 No.54. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada tanggal 1 September 2014 sampai dengan 3 Oktober 2014 pada hari kerja yaitu dari hari senin sampai dengan hari jumat mulai pukul 07.30 sampai dengan pukul 17.00 WIB.

