

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT PRODUKTIF
PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH BALI
KANTOR CABANG UTAMA DENPASAR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI PUTU DIAH PRAMESTY UTAMI

NIM : 1915744100

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT PRODUKTIF
PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH BALI
KANTOR CABANG UTAMA DENPASAR



Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI PUTU DIAH PRAMESTY UTAMI

NIM : 1915744100

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada
PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang
Utama Denpasar
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Putu Diah Pramesty Utami
 - b. NIM : 1915744100
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 14 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si.
NIP. 199206132019032023



Rifqi Nurfakhruzi, M.A.B
NIP. 199105312022031005

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada
PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar

Oleh:

Ni Putu Diah Pramesty Utami

NIM: 1915744100

Disahkan:

Penguji I

Ketua Penguji

Penguji II



Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM.
NIP. 196508141990031014



Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si.
NIP. 199206132019032023



I Ketut Muderana, SE
NIP. 196212311988031012

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO

“Don’t stop learning because life doesn’t stop teaching.”

-Oscar Auliq-Ice-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Skripsi Terapan yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar”** ini dapat penulis selesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis mempersembahkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si. dan Bapak Rifqi Nurfakhrurozi, M.A.B. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas waktu, bimbingan, masukan, motivasi serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Terapan ini.

2. Keluarga besar PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar yang telah membantu dalam memberikan data informasi untuk penyelesaian Skripsi Terapan ini.
3. Keluarga tercinta, Ayah saya I Gede Agus Martika dan Ibu saya Ni Wayan Juniasih, adik saya I Kadek Andika Candra Wibawa dan I Komang Aditya Candra Sidhinata yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
4. Sahabat penulis yang selalu memberi dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
5. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Putu Diah Pramesty Utami

NIM : 1915744100

Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi
Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar.”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ni Putu Diah Pramesty Utami
NIM 1915744100

ABSTRAK

Saat ini, persaingan antar bank sangat ketat dan memiliki daya saing yang kuat. Dalam menjaga eksistensi suatu produk perbankan maka perlu dilakukan strategi pemasaran. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar menggunakan pemasaran produk dengan pendekatan bauran pemasaran 7P. Salah satu indikasi penyebab menurunnya realisasi kredit produktif adalah persaingan yang ketat antara PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar dengan bank lainnya yang merupakan kompetitor di bidang usaha sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta menentukan alternatif strategi guna meningkatkan realisasi produk kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar dengan menggunakan metode analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat alternatif strategi antara lain strategi SO yaitu Mengandalkan lokasi bank yang strategis untuk meningkatkan target pasar yang merupakan UMKM dibawah pemerintahan daerah dan provinsi dan jaringan kantor yang tersebar diseluruh Bali. Selanjutnya strategi WO yaitu Mempertahankan suku bunga dengan menambah jenis bunga produk kredit produktif dan membuat program *bundling* produk kredit dengan produk dana dengan memanfaatkan promosi dengan teknologi terkini. Adapun strategi ST Menetapkan lokasi bank dengan melakukan penataan parkir dengan cara mengatur kendaraan nasabah dengan tertib atau tidak ada yang parkir dengan sembarangan. Strategi WT Memperbaiki *timeline* pemasaran produk kredit produktif dengan membuat kalender pemasaran agar dapat memperluas ruang lingkup promosi.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Bauran Pemasaran, Kredit Produktif, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Currently, competition between banks is very tight and has strong competitiveness. In maintaining the existence of a banking product, it is necessary to carry out a marketing strategy. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Denpasar Main Branch Office uses product marketing with the 7P marketing mix approach. One indication of the cause of the decline in the realization of productive credit is the intense competition between PT Bank Pembangunan Daerah Bali Denpasar Main Branch Office and other banks which are competitors in similar business fields. This study aims to analyze internal and external factors and determine alternative strategies to increase the realization of productive credit products at PT Bank Pembangunan Daerah Bali Denpasar Main Branch Office using the SWOT analysis method. The results of this study are that there are alternative strategies including the SO strategy, namely relying on strategic bank locations to increase the target market, which are MSMEs under regional and provincial governments and office networks spread throughout Bali. Furthermore, the WO strategy is to maintain interest rates by adding interest types to productive credit products and creating bundling programs for credit products with fund products by utilizing promotions with the latest technology. As for the ST strategy, determine the location of the bank by carrying out parking arrangements by arranging customer vehicles in an orderly manner or no one parking carelessly. WT Strategy Improving the timeline for marketing productive credit products by creating a marketing calendar in order to expand the scope of promotion.

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Mix, Marketing Strategy, Productive Credit*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Skripsi Terapan yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar”** telah berhasil diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan Skripsi Terapan ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma IV, pada Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak Skripsi Terapan ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Atas bantuan dan dukungannya penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan pengarahan selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional yang telah memberikan pengarahan dan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
4. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing, memberikan arahan, dan masukan selama penyusunan Skripsi Terapan ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
5. Bapak Rifqi Nurfakhrurozi, M.A.B. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, memberikan arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini sehingga Skripsi Terapan ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran dalam proses administrasi perkuliahan.
7. Ibu Putu Dharmapatni, SE.,MM selaku Kepala Cabang PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) serta melakukan penelitian.
8. Seluruh staf dan karyawan PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar yang telah mengajarkan, membimbing, dan juga sangat membantu dalam pengumpulan data penelitian.

9. Keluarga tercinta, Ayah saya I Gede Agus Martika dan Ibu saya Ni Wayan Juniasih, adik saya I Kadek Andika Candra Wibawa dan I Komang Aditya Candra Sidhinata yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama penulis menempuh Pendidikan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
10. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat dalam penyusunan Skripsi Terapan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi Terapan ini penulis sudah mengerjakan dengan maksimal. Penulis mengharapkan masukan untuk sempurnanya Skripsi Terapan ini serta penulis berharap Skripsi Terapan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya.

Badung, 14 Juli 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Telaah Teori	11
2.1.1. Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran	11

2.1.2. Kredit Konsumtif dan Kredit Produktif	18
2.1.3. Analisis SWOT.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis dan Sumber Data	34
3.1.1. Jenis Data	34
3.1.2. Sumber Data	35
3.2. Teknik Pengumpulan Data	35
3.2.1. Observasi	36
3.2.2. Wawancara	36
3.2.3. Kuesioner.....	36
3.2.4. Dokumentasi	37
3.3. Teknik Analisis Data	37
3.3.1. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	38
3.3.2. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	39
3.3.3. Matriks Internal-Eksternal (IE)	41
3.3.4. Matriks SWOT	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1. Profil Perusahaan	45
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	48
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.1.4. Bidang Usaha	58
4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	68
4.2.1. Penerapan Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	68
4.2.2. Analisis SWOT Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	73
4.2.3. Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	78
4.2.4. Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	80
4.2.5. Matriks Internal-Eksternal (IE)	82

4.2.6. Alternatif Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	84
4.3. Implikasi Hasil Penelitian	90
4.3.1. Implikasi Teoritis.....	90
4.3.2. Implikasi Praktis	92
BAB V PENUTUP	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Target dan Realisasi Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar 2020-2022	5
Tabel 1.2 : Jenis Kredit Pada Kompetitor Bank Lain.....	6
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 : Matriks IFAS.....	39
Tabel 3.2 : Matriks EFAS.....	41
Tabel 3.3 : Matriks SWOT	43
Tabel 4.1 : Kekuatan (<i>Strengths</i>) Produk Kredit Produktif PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	74
Tabel 4.2 : Kelemahan (<i>Weakness</i>) Produk Kredit Produktif PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	76
Tabel 4.3 : Peluang (<i>Opportunities</i>) Produk Kredit Produktif PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	77
Tabel 4.4 : Ancaman (<i>Threats</i>) Produk Kredit Produktif PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	78
Tabel 4.5 : Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	79
Tabel 4.6 : Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>) Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	81

**Tabel 4.7 : Matriks SWOT Produk Kredit Produktif PT Bank Pembangunan
Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar 85**

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	32
Gambar 3.1 : Matriks Internal-Eksternal (IE)	42
Gambar 4.1 : Logo PT Bank Pembangunan Daerah Bali	45
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar	49
Gambar 4.3 : Matriks Internal-Eksternal (IE)	83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Proses Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 4 : Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 5 : Hasil Wawancara
- Lampiran 6 : Kuesioner IFAS dan EFAS
- Lampiran 7 : Hasil Perhitungan IFAS
- Lampiran 8 : Hasil Perhitungan EFAS
- Lampiran 9 : Dokumentasi Wawancara dan Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 10 : Luaran Skripsi
- Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki beragam bahasa, suku, adat istiadat, dan agama. Indonesia diakui memiliki 6 agama, terdiri dari Hindu, Budha, Konghucu, Kristen Katolik, Kristen Protestan, dan Islam. Mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia menempati urutan keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar mencapai 270,20 juta jiwa pada tahun 2020 serta Indonesia termasuk negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki pulau sebanyak 17.504 pulau. Salah satu pulau yang ada di Indonesia adalah Pulau Bali.

Pulau Bali memiliki julukan sebagai pulau seribu pura, karena keunikan budaya, tempat wisata, tradisi, dan penampilan seni yang sangat indah sehingga dapat menarik perhatian wisatawan. Salah satu sektor perekonomian di Bali yaitu sektor pariwisata. Sebagian penduduk di Indonesia khususnya masyarakat di daerah Bali lebih mempercayakan menyimpan dananya mereka di suatu perusahaan yang beroperasi dibidang jasa keuangan yaitu Bank.

Pada era globalisasi ini peranan perbankan sangat penting, banyak masyarakat menggunakan bank sebagai tempat untuk menyimpan uang dan sebagai alat transaksi pembayaran, karena bank merupakan lembaga keuangan yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yaitu bank didirikan untuk menerima simpanan uang masyarakat serta menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Saat ini, persaingan antar bank sangat ketat dan setiap perusahaan memiliki daya saing yang kuat. Dalam menjaga keberadaan dari suatu produk perusahaan maka perlu dilakukan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan sebuah solusi yang dapat mempermudah untuk memasarkan produk kepada masyarakat dan dapat menarik minat masyarakat. Dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan perlu memperhatikan komponen bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut Tjiptono & Diana (2016) pemasaran membutuhkan keputusan menyangkut 4P (*product, price, place* dan *promotion*) untuk produk fisik dan 7P (*product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*) untuk jasa. 4P dan 7P ini dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*), yakni serangkaian aktivitas terkendali yang digunakan perusahaan untuk merespon keinginan pasar sasaran.

Pemasaran ini sangat diperlukan perbankan, karena pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam dunia usaha. Dimana pemasaran sebagai pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Menurut Rumanta (2022) pemasaran adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan

dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup dan mendapatkan laba yang maksimum.

Fungsi dari kegiatan pemasaran yaitu untuk memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang dijual perusahaan, untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumen, serta untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang. Tujuan pemasaran yaitu untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan mudah. Selain itu bank harus memiliki tenaga kerja yang terampil, sarana yang memadai serta organisasi yang baik.

PT Bank Pembangunan Daerah Bali didirikan pada tanggal 5 Juni 1962 dengan Akta Notaris Ida Bagus Ketut Rurus Nomor 131. Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang Pokok Bank Pembangunan Daerah Bali. Bank Pembangunan Daerah Bali memiliki 1 Kantor Pusat, 14 Kantor Cabang, 38 Kantor Cabang Pembantu, 51 Kantor Kas, serta 7 Kas Mobil. Salah satu Kantor Cabang PT Bank Pembangunan Daerah Bali yaitu PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar yang salah satu kegiatannya adalah memfasilitasi penyaluran dana berbentuk kredit.

Kredit merupakan suatu fasilitas penyaluran dana yang memungkinkan seseorang atau badan usaha untuk meminjamkan uang untuk membeli produk dan membayar kembali dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Kredit disebut pula sebagai benda yang *intangibile*. Salah satu produk pinjaman yang dimiliki oleh PT

Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar adalah kredit produktif.

Kredit produktif merupakan kegiatan atau pinjaman yang diajukan oleh seseorang untuk menghasilkan sesuatu hal baru, baik berupa uang ataupun barang bernilai yang nantinya dapat dijadikan sebagai keuntungan. Penyaluran kredit produktif ini diharapkan dapat membangkitkan kembali sektor riil sehingga tercipta kesempatan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta menjaga kestabilan ekonomi.

Dalam memasarkan produknya PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar menerapkan bauran pemasaran yang digunakan diantaranya produk yang beragam, harga yang ditawarkan sangat beragam untuk setiap produknya, suku bunga disesuaikan dengan jumlah kredit yang diambil, lokasi yang strategis berada di pusat kota, promosi yang digunakan yaitu secara langsung, melalui media digital dan kunjungan ke perusahaan atau instansi, sumber daya manusia yang dimiliki dalam melakukan pemasaran produk cukup baik dan setiap tahunnya terdapat program pelatihan dan pengembangan karir bagi analis kredit, proses yang dilakukan dalam memasarkan produk kredit produktif yakni melakukan kunjungan ke daerah sasaran seperti pasar lalu membagikan brosur dan memberikan penjelasan kepada calon debitur mengenai produk kredit produktif, bukti fisik yang bisa dirasakan oleh debitur yaitu dengan fasilitas yang disediakan oleh di PT Bank Pembangunan Daerah Bali sangat nyaman yaitu ruang tunggu yang disediakan dalam kondisi baik dan pelayanan dari analis kredit sangat baik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari dokumen laporan data kinerja cabang, PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar, tingkat perkembangan jumlah realisasi kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 mengalami penurunan.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar 2020-2022

Tahun	Target	Realisasi	Jumlah Penurunan
2020	265.531.442.000	325.309.028.000	-
2021	376.138.493.000	352.545.586.000	23.592.907.000
2022	400.570.946.000	361.179.883.000	39.391063.000

Sumber: PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar (data diolah), 2022

Tabel diatas merupakan tabel target dan realisasi kredit produktif yang ada pada PT Bank pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar. Target tahunan kredit produktif di PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar ini telah ditentukan dari kantor pusat. Dalam kredit produktif tersebut pada tahun 2020 realisasi kredit produktif tersebut telah tercapai, namun pada tahun 2021 sampai 2022 target tahunan kredit produktif belum tercapai.

Salah satu indikasi penyebab menurunnya realisasi kredit produktif adalah persaingan yang ketat antara PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar dengan bank lainnya yang merupakan kompetitor di bidang usaha sejenis, kurangnya pemasaran kepada masyarakat mengenai kredit produktif serta perbedaan cara mensosialisasikan produk PT Bank Pembangunan Daerah Bali

Kantor Cabang Utama Denpasar dengan bank lainnya. Berikut merupakan tabel kompetitor di bidang usaha sejenis yaitu:

Tabel 1.2 Jenis Kredit Pada Kompetitor Bank Lain

BCA	BNI	BRI
1. Kredit Usaha	1. Kredit Modal	1. Kredit
2. Kredit Investasi	2. Kredit Kerja	2. Kredit Investasi
3. Kredit Agunan	3. Kredit Investasi	3. Kredit Modal
4. Kredit Obligasi	4. Kredit Kepada Lembaga Keuangan	4. Kredit Kerja
5. Kredit Multiguna Usaha	5. BNI Wirausaha (BWU)	5. Kredit Waralaba
6. Kredit Pembelian Tempat Usaha		

Sumber: Penulis (data diolah), 2023

Pemasaran ini sangat diperlukan perbankan maupun usaha yang lain. Dalam kegiatan pemasaran ini diperlukan konsep strategi. Strategi ini yang kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan bank, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Untuk kelancaran dalam kegiatan pemasaran produk kredit produktif tersebut maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik menggunakan metode SWOT agar dapat meningkatkan minat masyarakat dan pengetahuan masyarakat mengenai kredit produktif, perusahaan memerlukan strategi pemasaran sebagai alat untuk mendefinisikan produk dan memberitahu pembeli serta meneruskan informasi dalam proses pengambilan keputusan membeli. Perusahaan harus bisa menciptakan, mempertahankan, serta meningkatkan strategi pemasaran agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain nantinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Hafsah, Ahmad Efendi, Ilham Gani (2021) mendapatkan hasil dari analisis SWOT terhadap strategi pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada PT BNI Syariah, Tbk. Kantor Cabang Veteran Makassar yaitu strategi SO (*Strenght Opportunities*) yakni, memperkuat pangsa pasar, meningkatkan promosi pada media sosial, meningkatkan fasilitas dan pelayanan, meningkatkan promosi untuk produk baru, dan menggunakan mitra kerjasama. Strategi WO (*Weakness Opportunities*) yakni, memperluas wilayah promosi, memaksimalkan peran manajemen strategis untuk pemasaran dan menjalin serta memperkuat kerjasama. Strategi ST (*Strenght Threats*) yakni, menetapkan strategi pemasaran, menampilkan keunggulan produk serta meningkatkan kepercayaan calon nasabah. Strategi WT (*Weakness Threats*) yakni, meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Sedangkan pada penelitian Anita Puspa Dewi (2022) mendapatkan hasil dari analisis SWOT terhadap strategi pemasaran KUR tersebut pihak BRI dapat membuat perencanaan yang lebih matang dalam memasarkan dan menyalurkan kredit kepada masyarakat. Hal tersebut membuat pihak BRI dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan sesuatu yang menjadi ancaman bagi BRI yang nantinya dapat diatasi oleh BRI untuk tetap konsisten dalam memberikan kredit usaha kepada rakyat.

Peneliti tertarik untuk meneliti kembali tentang analisis strategi pemasaran produk dengan menggunakan objek penelitian yaitu kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar karena terdapat permasalahan mengenai realisasi produk kredit produktif yang tidak mencapai target pada tahun 2021 dan 2022.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka masalah yang dirumuskan adalah:

Bagaimana alternatif strategi pemasaran produk kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran produk kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para akademis sebagai bahan acuan untuk melanjutkan penelitian lebih mendalam mengenai topik strategi pemasaran. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengamalan ilmu yang diperoleh dalam bidang manajemen pemasaran serta

meningkatkan wawasan bagi pembaca tentang analisis strategi pemasaran pada suatu perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan peneliti dapat berpikir kreatif sehingga dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama dibangku perkuliahan serta untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan sebagai penambah pustaka yang nantinya dapat sebagai landasan pembelajaran menyangkut ilmu strategi pemasaran produk kredit produktif.

3. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi masukan bagi PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar untuk meningkatkan penerapan strategi pemasaran produk kredit produktif.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang, permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan bagian kajian pustaka yang didalamnya membahas secara umum mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang meliputi telaah teori, penelitian terdahulu serta kerangka berpikir penelitian Analisis Strategi Pemasaran Produk Kredit Produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan untuk menemukan hasil dari rumusan masalah yang telah dibuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai penelitian yang dilakukan, meliputi gambaran umum perusahaan, hasil analisis dan pembahasan penelitian serta implikasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk perusahaan yang nantinya bisa dijadikan pertimbangan untuk digunakan oleh perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan hasil pembahasan mengenai strategi pemasaran produk kredit produktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

da beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar. Beberapa strategi tersebut dibagi menjadi 4 kelompok yaitu SO, WO, ST, WT sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

- a) Membuat desain brosur produk kredit produktif yang menarik berisi syarat pemberian kredit dan kemudahan membayar lalu disebar ke seluruh jaringan kantor yang ada di Bali.
- b) Mengandalkan lokasi bank yang strategis serta jaringan kantor PT Bank Pembangunan Daerah Bali tersebar diseluruh Bali untuk meningkatkan target pasar yang merupakan UMKM dibawah pemerintahan daerah dan provinsi.
- c) Memberikan promo pada setiap jenis produk kredit produktif dengan bunga angsuran menuru

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

- a) Mempertahankan suku bunga dengan menambah jenis bunga produk kredit produktif dan membuat program *bundling* produk kredit dengan produk dana dengan memanfaatkan promosi dengan teknologi terkini.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

- a) Menetapkan lokasi bank dengan melakukan penataan parkir untuk memberikan kenyamanan bagi debitur dalam melakukan transaksi di PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar.
- b) Karyawan mendapatkan program pelatihan pengembangan karir agar promosi online dapat berjalan secara efektif.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

- a) Memperbaiki *timeline* pemasaran produk kredit produktif agar dapat memperluas ruang lingkup promosi.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pertimbangan pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengetahui strategi pemasaran dan strategi bersaing pada perbankan serta diharapkan penelitian ini dapat dilakukan lebih luas lagi seperti menambah metode analisis data, tidak hanya dengan analisis SWOT. Sehingga dapat memberikan hasil yang beragam dengan sudut pandang terbaru mengenai strategi pemasaran produk kredit pada perbankan.

2. Bagi PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar
 - a. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar disarankan untuk menambah target pasar produk kredit produktif guna meningkatkan penjualan produk kredit produktif agar lebih unggul dari kompetitor.
 - b. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar disarankan untuk memperbaiki *timeline* pemasaran kredit produktif agar penyampaian informasi mengenai produk kredit produktif dapat lebih efektif kepada masyarakat.
 - c. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar disarankan untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan promosi secara online agar tidak terjadi miskomunikasi dengan calon debitur.
 - d. PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Utama Denpasar disarankan untuk dapat memberikan secara rutin pelatihan pengembangan karir kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Wahjusaputri, S. (2018). *Bank & Lembaga Keuangan* (2 ed.). www.mitrawacanamedia.com
- Aini, I. M. N., & Maika, M. R. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Sidoarjo. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 128–142.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah Penduduk Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- Chaerunnisah, L., & Yulianto. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tapenas IB Hasanah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jakarta Utara. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 109–113.
- David, F. R., & Forest R, D. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases 16th Edition*. United States: Pearson Education.
- Dianto, E., Anwar, S., Husnawati, H., & Zurnalis, Z. (2020). *BNI Marketing Strategy for Credit Cards in Dealing Global Competition in State Bank Indonesia (Persero) Tbk Banda Aceh Branch Office*. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 3(2), 1134–1146.
- Febriansyah, R., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>
- Gusvita, A., & Salwa, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 27–38.
- Hafsah, Efendi, A., & Gani, I. (2021). Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah (Studi PT. BNI Syariah, Tbk. Kantor Cabang Veteran Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 87–101.

- Ismaudi, Ahmadsyah, I., & Marzelin, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Meulaboh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, IV.
- Mabrurrosi. (2022). *Analysis of Strenghts, Weakness, Opportunity, Threat (Swot) In Determining The Marketing Strategy of Deposits Products (Case Study in Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nuri Cabang Pegantenan Kabupaten Pamekasan)*. *International Conference on Islamic Economic*, 1(3), 267–282.
- Mauludianah, Moh. Mukhsinin Syu'aibi, & Sukamto. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan Pasuruan. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 237–254.
- Mendari, W. E., & Widayati, R. (2019). Upaya Penanganan Kredit Bermasalah Pada Bank Nagari Cabang Utama Padang.
- Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah. 2(1), 29–42.
- Pauji, A., Nawawi, M. K., & Hakiem, H. (2015). Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 379–429.
- Prasetyo, R. G., & Rahardjo, B. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kredit Perumda BPR Bank Magelang. *Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3, 11.
- Purwati, R., & Melati, I. S. (2022). *Inbound Marketing Strategy “BNI Tapcash” in the Competition of Electronic Money as a Digital Payment Tool*. *Economic Education Analysis Journal*, 11(1), 28–41. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i1.48642>
- Rachmawati, I., & Krisnawati, W. (2022). *Analysis Of Marketing Strategies In Increasing The Number Of Customers In Perumda BPR Bank Gresik*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 82–90.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rasriantina, D. (2018). Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada BRI Syariah KCP Metro Lampung dalam Meningkatkan Pendapatan Bank. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(2), 56–64.

- Rumanta, F. (2022). Analisa Swot Dalam Pemasaran Kredit Konsumtif Di Bank Nagari Cabang Koto Baru. *Jurnal Sains dan Teknologi Keilmuan dan Aplikasi Teknologi Industri*.
- S, F. D. A. A., Ramadhani, S., & Aisyah, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Melalui Bancassurance : Studi Pada BRI Insurance Wilayah Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1), 1367–1452.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27 ed.). Alfabeta.
- Sumantri, Amir, A., Lubis, T. A., & Setiawati, R. (2022). *Analysis of Marketing Strategy on Financial Performance Through Marketing Performance with Environmental Uncertainty as Moderating Variable in Islamic Banks in Jambi*. *DIJMS Dinastic International Journal Of Management Science*, 4(2), 237–245. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i2>
- Sumartik, & Hariasih, M. (2018). *Manajemen Perbankan*. In Umsida Press (1 ed.). Umsida Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. CV. Andi Offset.
- www.bpdbali.co.id