

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Reformasi-reformasi penting yang dilakukan oleh pemerintah pada bulan Oktober 1988 terbukti menjadi inisiatif kebijaksanaan dalam bidang keuangan yang paling menentukan pada dasawarsa itu. Semua bank yang berada di dalam negeri dengan catatan bank dalam keadaan sehat, dapat dengan leluasa dan bebas untuk membuka kantor cabang barunya dan bank-bank swasta baru diizinkan di buka hanya dengan sejumlah modal tertentu. Bank-bank asing boleh beroperasi di luar Jakarta, tergantung pada beberapa prasyarat tertentu. Lembaga keuangan Bukan Bank (LKBB) diizinkan untuk mendepositokan dananya hingga 50 % kepada bank-bank swasta. Persyaratan cadangan untuk bank swasta diturunkan menjadi 2 % dari besarnya piutang dari ketentuan semula sebesar 15 %. Pengenaan pajak bagi depositan sebesar 15 % dari pendapatan bunga yang dalam hal ini untuk lebih mendorong kondisi di pasar saham. Kesempatan ini tidak disia-siakan bagi kalangan pebisnis *corporate*, karena lahan basah ini mempunyai karakter jenis pekerjaan yang eksklusif dan mendatangkan keuntungan yang besar.

Reformasi ini memberikan kesempatan yang lebih kepada sektor perbankan swasta menjadi lebih kompetitif. Namun pengendalian ekonomi makro menghadapi tantangan yang baru terutama karena perbankan dan penentu

Belajar dari pengalaman lima tahun yang lalu saat terjadinya krisis moneter yang ditandai dengan melemahnya kekuatan sisten ekonomi Indonesia, melemahnya nilai rupiah terhadap dollar serta kurangnya kepercayaan terhadap lembaga keuangan, bisnis korporasi tidak lagi dapat mempertahankan keberadaannya, pelaku bisnis yang menguasai kegiatan dari hulu sampai hilir kewalahan, justru kalangan ekonomi di tingkat bawah dapat mempertahankan terhadap guncangan tersebut.

Sektor ekonomi ritel terutama masih dapat *survive* dari hempasan badai krisis dikarenakan mereka mempunyai basis dan jangkauan yang relatif kecil namun pasti. Diibaratkan sebuah pohon, semakin besar dan tinggi pohon itu maka semakin rentan pula terhadap hembusan angin, semakin kecil pohon tersebut semakin kecil pula risiko yang dihempaskan. Begitu pula sektor ini yang paling kecil terkena imbasnya.

Akhirnya kini pemerintah mulai melirik pelaku ekonomi kelas retail , banyak kebijakan disentuhkannya kepadanya, aturan mulai diperlonggar, bantuan mulai dikucurkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang langsung mengarah dan berhasil guna. Pemerintah percaya dengan memperkuat struktur ekonomi dari bawah maka kekuatan ekonomi akan menjadi lebih kuat hingga tingkat atas, dan kejadian kejadian seperti tahun-tahun yang lalu dapat diminimalisir.

Bank BPD DIY dengan slogan *Kita Berkembang Bersama* sebagai salah satu bank yang bergerak di sektor retail, mempunyai komitmen yang kuat untuk terus berhubungan dan mengembangkan pelaku bisnis menengah ke bawah. Banyak strategi dirumuskan untuk meniembatannya.

Bank ini memiliki strategi dasar (Bank BPD DIY, 2002-2003), menciptakan perbedaan dengan pesaing baik untuk produk, layanan, maupun image perusahaan, serta melakukan fokus pada kelompok masyarakat menengah kebawah, usaha kecil menengah dan dunia pendidikan.

Selanjutnya strategi dasar tersebut dijabarkan dalam strategi penunjang antara lain (Bank BPD DIY, 2002-2003):

1. Menciptakan produk dan layanan yang berbeda terhadap pesaing sehingga menghindari persaingan harga.
2. Memberikan produk yang berbasis *value* kepada pelanggan.
3. Menciptakan image sebagai bank yang menunjang perekonomian daerah.
4. Menciptakan basis teknologi informasi yang dapat memberikan pelayanan maksimal baik pada nasabah eksternal maupun nasabah internal.

Bank BPD DIY Cabang Wates yang merupakan salah satu cabang yang dimiliki Bank BPD DIY dan terletak di Jalan Stasiun no.1 Wates Kulon Progo, turut mendukung upaya kantor pusat dalam menerapkan strategi tersebut.

Di Kabupaten Kulon Progo terdapat beberapa bank pesaing, antara lain Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Nasional Indonesia (BNI'46), BPR serta Bank Pasar. Bank BRI adalah saingan yang dirasakan berat karena memiliki jaringan pelayanan yang cukup luas dengan unit-unit yang tersebar hampir disetiap kecamatan. Disamping itu masyarakat pedesaan sudah lama berhubungan dengan BRI. Bank BNI, Bank ini telah menggunakan teknologi perbankan dan memiliki jaringan komputerisasi atau *Boss On Line* ke Cabang-Cabang BNI

Salah satu kemudahan teknologi ini

merupakan faktor utama bagi nasabah untuk memilih Bank BNI, BPR dan Bank Pasar, di wilayah kabupaten Kulon Progo, ada 3 BPR yaitu BPR Nusamba, BPR Shinta Putra dan PD. BPR Bank Pasar. Pangsa pasar BPD khususnya nasabah skala kecil sudah banyak terserap oleh bank ini. Hal ini disebabkan karena pada ketiga bank tersebut menerapkan pelayanan kilat dan terkesan tidak berbelit-belit. Alasan inilah yang menyebabkan nasabah menetapkan pilihannya pada BPR atau Bank Pasar.

Bank BPD DIY Cabang Wates sebagai bank milik pemerintah daerah, juga merupakan salah satu bank yang dituntut untuk dapat memberikan andil terhadap pertumbuhan perekonomian daerah di kabupaten Kulon Progo. Selama lima tahun terakhir kinerja bank ini cukup menggembirakan, perkembangan selama lima tahun terakhir dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 1.1

Kinerja Keuangan tahun 1999 s/d 2003
Bank BPD DIY Cabang Wates
(Rp.Milyar)

Keterangan	1999	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Asset	33,1	38,0	14,8%	82,2	116,3%	97,7	18,9%	115,5	18,2%
Dana Masyarakat	31,4	34,2	8,9%	76,6	124,0%	89,9	17,4%	99,5	10,7%
Kredit Yang Diberikan	9,2	34,9	279,3%	45,9	31,5%	68,6	49,5%	82,7	20,6%
Jumlah Pendapatan	7,9	7,8	-1,3%	14,5	85,9%	21,7	49,7%	25,0	15,2%
Jumlah Biaya	7,1	6,2	-12,7%	10,9	75,8%	17,2	57,8%	17,9	4,1%
Laba Sebelum Pajak	0,8	1,6	100,0%	3,6	125,0%	4,5	25,0%	7,1	57,8%

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan BPD DIY Cabang Wates tahun 1999 s/d 2003

Dari data di atas terlihat bahwa pencapaian hasil kinerja untuk tahun 2001 meningkat cukup tajam dari tahun sebelumnya, Asset Bank BPD DIY Cabang

Wates untuk tahun 2001 meningkat dari Rp.38.025.500.000,- menjadi sebesar Rp.82.239.400.000,- atau sebesar 116,3 % dari tahun sebelumnya. Dana pihak ketiga yang dihimpun juga mengalami peningkatan lebih dari 100 % yaitu sebesar 124,0 % atau naik dari Rp.34.174.100.000,- menjadi sebesar Rp.76.602.100.000,-

Namun kondisi pertumbuhan ini tidak terlalu lama, komposisi pos mengalami kenaikan secara nominal, akan tetapi secara prosentase mengalami penurunan, Tahun 2002 pertumbuhan asset hanya mengalami kenaikan sebesar 18,8 % dan tahun 2003 turun lagi menjadi 18,2 %, sedangkan dana masyarakat yang dihimpun tahun 2002 pertumbuhannya turun menjadi 17,4% dan tahun 2003 turun lagi menjadi 10,7%. Komposisi pos jumlah Kredit yang disalurkan kepada masyarakat juga mengalami hal yang sama yaitu setelah pada tahun 2002 prosentase kenaikannya sebesar 49,5% kemudian pada tahun 2003 pertumbuhannya turun menjadi 20,5% atau hampir setengahnya.

Tabel 1.2

Perincian Komposisi Dana Pihak Ketiga tahun 1999 s/d 2003
Bank BPD DIY Cabang Wates
(Rp.Milyar)

Dana	1999	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Pihak Ketiga									
Giro	8,4	6,2	-26,2%	34,2	451,6%	13,9	-59,4%	17,8	28,1%
Tabungan	12,6	20,0	58,7%	32,8	64,0%	41,9	27,7%	69,4	65,6%
Deposito	10,4	7,9	-24,0%	9,5	20,3%	34,1	258,9%	12,4	-63,6%
Jumlah	31,4	34,1	8,6%	76,5	124,3%	89,9	17,5%	99,6	10,8%

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan BPD DIY Cabang Wates tahun 1999 s/d 2003

Dari tabel di atas untuk komposisi dana pihak ketiga yang dihimpun, pos dana pihak ketiga berbentuk deposito mengalami penurunan yang sangat drastis

dari tahun 2002 sebesar Rp.34.195.000.000,- turun pada tahun 2003 menjadi sebesar Rp.12.365.600.000,- atau turun sebesar 63,8%. Total Dana Pihak Ketiga meskipun secara nominal naik dari tahun 2001 s/d 2003 akan tetapi secara prosentase perubahannya mengalami penurunan berturut-turut dari 124,2 % menjadi 17,45 % dan turun lagi menjadi 10,7 %.

Berdasarkan uraian di atas, Bank BPD DIY Cabang Wates untuk dapat tumbuh dan berkembang lebih cepat perlu untuk merumuskan dan menentukan kembali strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi lingkungan yang sekaligus dapat menunjang dan mengembangkan strategi kebijakan yang telah ditetapkan oleh kantor pusatnya. Untuk itu penulis ingin mengadakan suatu penelitian agar dapat memberikan sumbang saran terhadap perumusan dan penentuan kembali strategi pemasaran perusahaan dengan judul "PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BANK BPD DIY CABANG WATES."

1.2. Lingkup Penelitian

Dengan adanya banyak faktor yang berpengaruh serta semakin cepatnya terjadi perubahan lingkungan serta perubahan faktor tersebut tentunya akan semakin cepat pula dapat mempengaruhi secara langsung terhadap minat konsumen untuk menggunakan jasa layanan perbankan, maka peneliti membatasi lingkup penelitian yaitu :

- a. Strategi yang ditetapkan dari hasil penelitian ini hanya untuk lingkup wilayah pemasaran bank di Kabupaten Kulon Progo saja.
- b. Strategi yang ditetapkan dari hasil penelitian ini hanya untuk jangka pendek dan jangka menengah.

1.3. Rumusan Masalah

Penetapan strategi pemasaran yang dilakukan manajemen bank terhadap Bussines Plan (blue print) tahun 2002 s/d 2003 Bank BPD DIY Cabang Wates terbukti dalam pelaksanaannya tidak lagi memberikan hasil pertumbuhan yang menaik seperti tahun-tahun sebelumnya. Salah satu cara yang harus ditempuh oleh perusahaan adalah dengan merumuskan kembali (*redesign*) strategi pemasarannya. Dengan demikian penelitian ini membahas mengenai :

- a. Kondisi kekuatan lingkungan internal dan eksternal (SWOT) Bank BPD DIY Cabang Wates saat ini dan pengaruhnya terhadap strategi yang akan ditetapkan.
- b. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dirumuskan oleh Bank BPD DIY Cabang Wates untuk meningkatkan kinerja perusahaan, mampu bersaing dengan bank lain dan menciptakan kepuasan nasabah.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan ini adalah :

- a. Mengetahui kondisi kekuatan lingkungan internal dan eksternal (SWOT) Bank BPD DIY Cabang Wates saat ini serta pengaruhnya terhadap strategi yang akan ditetapkan.
- b. Mengetahui alternatif strategi pemasaran yang dapat dirumuskan oleh Bank BPD DIY Cabang Wates untuk meningkatkan kinerja perusahaan, mampu bersaing dengan bank lain dan menciptakan kepuasan nasabah.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya mempunyai beberapa manfaat kepada perusahaan yang diteliti, penulis dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

a. Bagi Perusahaan

Penulisan ini dapat menjadi acuan, bahan masukan dan pertimbangan untuk perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai bagi perusahaan dalam persaingan bisnis dunia perbankan di masa yang akan datang.

b. Bagi Penulis

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan ini, berdasarkan teori-teori yang telah penulis pelajari.

c. Bagi Pihak Lain

Dapat memberikan bahan informasi untuk penelitian serupa selanjutnya dan tambahan serta pemodelan terhadap masalah strategi