

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Rumah kini dipandang sebagai kebutuhan dasar manusia, setara dengan sandang dan pangan. Rumah adalah tempat tinggal tempat tinggal manusia dan lingkungan yang mendukung perkembangan dan kemajuan keluarga. Perkiraan pemerintah menunjukkan bahwa hampir 12 juta rumah tangga kini tidak memiliki rumah karena tingkat pendapatan yang rendah.

Pertumbuhan industri perbankan sebagai lembaga keuangan di Indonesia membawa manfaat bagi perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat, meliputi giro, deposito, dan tabungan, kemudian menyalurkan pinjaman atau kredit kepada masyarakat dengan tujuan utama memperoleh keuntungan.

Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar merupakan lembaga keuangan yang beroperasi di Kota Pematang Siantar. Bank Tabungan Negara (BTN) menyadari bahwa layanan kredit merupakan sumber pendapatan utama, karena sebagian besar pendapatan bank berasal dari layanan tersebut.

Setelah ditelaah lebih lanjut, ditemukan bahwa karakteristik Bank BTN KC Pematang Siantar yang paling menonjol adalah layanan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sebagai fasilitas kredit bagi nasabah, khususnya untuk tujuan jual beli rumah. Namun, Bank BTN melakukan analisis dan pemahaman terhadap perilaku konsumen agar dapat menarik perhatian dan meningkatkan minat nasabah dalam mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), mengingat persaingan dalam penyaluran kredit yang semakin ketat.

Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar menggunakan strategi Marketing Mix untuk secara efektif merangsang minat masyarakat dalam memperoleh Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Menurut Katter & Keller (2011), Bauran pemasaran merupakan serangkaian teknik pemasaran yang digunakan oleh organisasi untuk secara konsisten mencapai tujuan pemasaran. Metode tersebut meliputi product, price, promotion dan place. Keempat komponen tersebut sangat penting untuk mendorong minat masyarakat dalam memperoleh Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan dapat memberikan kontribusi terhadap perluasan aset bank.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel produk, harga, pemasaran, dan lokasi terhadap minat masyarakat dalam memperoleh kredit pemilikan rumah (KPR) di Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar. Selanjutnya, penelitian ini berupaya menganalisis dampak penggunaan pendekatan Bauran Pemasaran terhadap pertumbuhan minat masyarakat di BTN KC Pematang Siantar.

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, terutama menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung untuk mengumpulkan data tentang topik penelitian.

## **I.2 Rumusan Masalah**

1. Pengaruh Bauran Pemasaran Masyarakat Dalam Mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar?
2. Faktor Bauran Pemasaran Manakah Yang Paling Berpengaruh Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar?

## **I.3 Tinjauan Pustaka**

### **I.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang disengaja dan bertujuan yang digunakan oleh organisasi untuk memperoleh respons yang diinginkan dari pasar sasarannya.

Diptono (2014) memberikan penjelasan singkat mengenai bauran pemasaran sebagai sekumpulan instrumen yang digunakan oleh pemasar untuk membentuk atribut layanan yang diberikan kepada klien. Bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan dalam memotivasi konsumen untuk memperoleh produk atau layanan yang ditawarkan di pasar. Bauran pemasaran berfungsi sebagai alat untuk mengevaluasi tingkat efektivitas pemasaran.

Adapun komponen-komponen pokok pada bauran pemasaran yaitu:

1. Produk (*product*)  
Pendekatan pemasaran yang dirancang untuk memikat minat calon pelanggan dan menginspirasi mereka untuk mendapatkan, menggunakan, atau mengonsumsi barang-barang yang memenuhi aspirasi atau kebutuhan mereka.
2. Harga (*price*)  
Pertukaran nilai terjadi ketika pembeli dan penjual terlibat dalam negosiasi atau ketika penjual menetapkan harga tetap untuk semua pelanggan, untuk mendapatkan manfaat yang terkait dengan kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan.
3. Tempat (*place*)  
Tempat mengacu pada saluran distribusi yang secara khusus disesuaikan untuk secara efisien menjangkau populasi target yang dituju. Sistem distribusi terdiri dari beberapa elemen, termasuk lokasi, transportasi, penyimpanan, dan faktor terkait lainnya.
4. Promosi (*promotion*)  
Promosi mencakup beberapa strategi dan taktik yang digunakan untuk mengomunikasikan manfaat suatu produk secara efektif dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Oleh karena itu, Bauran Pemasaran terkait erat dengan keempat komponen tersebut di atas, karena aspek-aspek ini berinteraksi dan saling memengaruhi untuk mencapai tujuan pemasaran.

### **I.3.2 Pengertian Pengajuan Kredit**

Permohonan kredit adalah permintaan resmi untuk fasilitas kredit, yang meliputi:

1. Permohonan baru untuk mendapatkan suatu jenis fasilitas kredit.
2. Permohonan tambahan suatu kredit yang sedang berjalan.
3. Permohonan perpanjangan waktu kredit yang sudah jatuh tempo.

#### **Syarat-Syarat Pengajuan Permohonan Kartu Kredit**

Setiap pengajuan pinjaman uang kepada peminjam mengharuskan adanya perjanjian kredit (KPR), yang memuat ketentuan khusus kartu kredit yang diterbitkan oleh penyedia kredit nasabah. Formulir pengajuan kartu kredit sering kali memuat perjanjian kredit untuk kartu kredit tersebut. Perjanjian kartu kredit yang tercantum dalam formulir pengajuan kredit merupakan kontrak yang mengikat secara hukum antara peminjam dan penerbit, khususnya bank yang menerbitkan kartu, yang menimbulkan kewajiban finansial. Perjanjian kredit yang sering kali terdapat dalam formulir pengajuan kartu kredit harus disertai dengan syarat dan ketentuan yang sesuai.

Persyaratan pengajuan kartu kredit berbeda-beda di setiap bank, sementara ada kriteria yang seragam yang diatur dalam aturan APMK, sebagaimana diuraikan di bawah ini:

1. Perorangan yang merupakan warga negara Indonesia (WNI) atau warga negara asing (WNA) yang berdomisili di Indonesia.
2. Pemohon harus berusia antara 21 - 65 tahun pada saat pengajuan.
3. Pemohon yang mengajukan permohonan tambahan kredit harus berusia minimal 17 tahun atau telah menikah, dan tidak boleh berusia lebih dari 65 tahun.
4. Pemegang kartu utama dapat memberikan tambahan kepesertaan kepada anggota keluarga atau orang lain, dengan syarat telah mengisi dan menandatangani formulir permohonan kartu tambahan yang telah disetujui.
5. Calon pemegang kartu utama harus memberikan bukti penghasilan bulanan minimal Rp3 juta, yang dapat dibuktikan dengan bukti penghasilan dari lembaga yang telah disetujui atau perusahaan calon pemegang kartu. Selain itu, dapat juga diajukan dokumen lain seperti bukti pembayaran pajak atau bukti setoran gaji ke rekening bank.

### **I.3.3 Pengertian Kredit**

Kredit berasal dari kata Latin "credere" yang berarti kepercayaan. Kredit diberikan kepada seseorang atau badan usaha oleh bank atas dasar kepercayaan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, kredit mengacu pada penyediaan uang tunai atau surat promes, yang dapat dianggap sebagai pengaturan pinjaman antara bank dan badan usaha lain. Perjanjian ini memiliki jangka waktu tertentu dan dikenakan suku bunga.

Kredit dibagi menjadi 3 jenis yaitu consumer, retail, wholesale/coorporasi.

#### ***Consumer (Konsumen)***

Konsumen adalah individu yang terutama memperoleh barang atau jasa untuk penggunaan pribadi atau kesejahteraan diri sendiri, keluarga, atau makhluk hidup lainnya, bukan untuk tujuan

perdagangan. Konsumen dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori khusus: Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Multi Guna (KMG), dan Kredit Kendaraan Car Loan.

#### *Retail*

Ritel adalah layanan yang secara khusus ditawarkan kepada masyarakat umum, bukan kepada organisasi lain seperti bank komersial, yang utamanya melayani korporasi dan lembaga keuangan. Layanan perbankan ritel mencakup berbagai penawaran keuangan, termasuk rekening tabungan, pinjaman hipotek, pinjaman tanpa jaminan, kartu debit, dan kartu kredit.

#### *Wholesale (Coorporasi)*

Coorporasi adalah layanan keuangan yang secara khusus dirancang untuk organisasi yang sangat besar dengan jumlah nominal miliaran dan triliunan.

Kredit juga memiliki 2 bentuk yaitu: Cash loan dan Non cash loan

Cash loan merupakan dana yang dapat langsung dicairkan kepada si peminjam. Cash loan terdiri dari kredit modal kerja dan investasi. Sedangkan Non cash merupakan fasilitas yang diberi bank belum mengeluarkan uang tunai, non cash loan terdiri dari Bank Garansi, Letter of credit, SKBN.

Oleh karena itu selain untuk mendapat keuntungan kredit juga diharapkan mampu untuk menggerakkan sektor perekonomian Indonesia.

### **I.3.4 Pengertian Kredit Pemilikan Rumah (KPR)**

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan layanan keuangan yang diberikan oleh bank kepada nasabah perorangan dengan tujuan untuk memperoleh atau merenovasi rumah tinggal. Menurut Hardjono (2008), KPR (Kredit Pemilikan Rumah) merupakan layanan keuangan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang mencari pinjaman tertentu untuk tujuan membangun atau merenovasi rumah.

KPR (kredit pemilikan rumah) memiliki dua jenis yaitu: subsidi dan non subsidi.

Subsidi merupakan bantuan keuangan yang diberikan kepada mereka yang berpenghasilan sedang hingga rendah untuk membantu mereka memenuhi kebutuhan perumahan mereka. KPR bersubsidi merupakan program di mana pemerintah memberikan bantuan kepada mereka yang berpenghasilan rendah untuk membantu mereka mengajukan kredit pemilikan rumah (KPR).

Bank Tabungan Negara (BTN) KC Pematang Siantar menyediakan KPR bersubsidi dengan suku bunga yang relatif rendah berkisar antara 5% hingga 6%, yang lebih rendah dibandingkan suku bunga yang ditawarkan oleh alternatif lain di pasaran. KPR bersubsidi terbagi menjadi dua kategori berbeda: FLPP (fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan) dan Tapera (tabungan perumahan rakyat).

KPR komersial (nonsubsidi) mengacu pada jenis pinjaman hipotek yang dapat diakses oleh masyarakat umum tanpa bentuk dukungan pemerintah apa pun. Bank menetapkan ketentuan hipotek, yang meliputi evaluasi jumlah pinjaman dan suku bunga sesuai dengan kebijakan yang

relevan. KPR komersial adalah pinjaman nonpemerintah dengan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan KPR bersubsidi dan rentan terhadap fluktuasi.

KPR Komersial dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Kring (kredit ringan)
2. KPR non subsidi
3. Kredit agunan rumah

Keuntungan KPR

1. Nasabah tidak diwajibkan menyediakan dana moneter untuk mendapatkan rumah. Nasabah harus membayar uang muka.
2. Pembayaran hipotek dibayarkan dengan harapan peningkatan pendapatan, mengingat jangka waktu pinjaman yang panjang.

### **I.3.5 Tujuan Bauran Pemasaran**

Tujuan utama dari bauran pemasaran adalah untuk meningkatkan kuantitas penjualan dan memaksimalkan keuntungan. Selain itu, bauran pemasaran memenuhi tujuan ganda untuk meningkatkan ekuitas merek dan mencapai target penjualan. Oleh karena itu, bauran pemasaran harus sesuai dengan 4P (product, price, place dan promotion).

### **I.3.6 Unsur-Unsur Kredit**

Bank akan memberikan kredit dengan hati-hati, menaruh kepercayaan yang sesungguhnya pada dedikasi penerima untuk mematuhi syarat dan ketentuan pinjaman yang ditetapkan bersama. Kamsir (2018:86-87) mengidentifikasi komponen-komponen kredit sebagai berikut:

1. Kepercayaan  
Jaminan penerimaan dan pembayaran kembali kredit dalam tanggal yang ditentukan.
2. Kesepakatan  
Dinyatakan dalam suatu kontrak ketika baik kreditur maupun debitur mencapai kesepakatan bersama dan secara tegas mengakui hak dan kewajiban mereka sendiri.
3. Risiko  
Memperpanjang jangka waktu pinjaman secara langsung berkaitan dengan semakin tingginya risiko yang akan dihadapi. Di mana bank akan menerima atau menanggung risiko ini.
4. Jangka Waktu  
Setiap kredit harus memiliki durasi yang berbeda. Istilah ini mengacu pada imbalan finansial yang disepakati.
5. Balas Jasa  
Manfaat yang diperoleh dengan memberikan kredit sering dikenal sebagai bunga. Bunga menandakan keuntungan moneter yang diperoleh bank.