

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia pada saat ini berada dalam situasi persaingan yang demikian majemuk dan sengit, hal ini ditandai dengan kian serunya persaingan dalam pemasaran produk-produk perbankan. Bank berlomba-lomba dalam perang bunga, penawaran berbagai layanan khusus dengan dukungan teknologi yang kian canggih. Pengaruh yang dirasakan adalah semakin sulitnya mencari nasabah baru maupun mempertahankan nasabah lama. Meningkatnya persaingan itu terjadi setelah proses pemulihan (*recovery*) sektor perbankan yang dilakukan pemerintah melalui program restrukturisasi dan rekapitulasi perbankan.

Produk yang ditawarkan oleh BPD DIY antara lain produk dana yang terdiri dari rekening koran (*giro*), tabungan Sutura, Tabanas, Simpeda, deposito berjangka, untuk produk jasa terdiri dari kiriman uang, inkaso, referensi bank, penerimaan setoran diantaranya adalah setoran pajak, PDAM, dan SPP siswa atau mahasiswa. Untuk produk kredit, BPD menawarkan kredit pensiun, kredit pegawai negeri, dan kredit umum yang meliputi kredit investasi dan modal kerja.

Dilihat dari aspek kepemilikannya, BPD merupakan bank milik pemerintah, dimana akte pendirian dan sahamnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga keuntungan yang diperolehnya juga dimiliki oleh pemerintah. Bank Pembangunan Daerah tersebar di setiap propinsi di Indonesia, termasuk di propinsi DIY. Setelah diterapkannya otonomi daerah, tentu saja mempengaruhi

sektor perbankan dalam kegiatan usahanya. Adanya otonomi daerah maka alokasi dana-dana untuk daerah mengalir melalui BPD DIY yang berfungsi sebagai kas daerah. Sedangkan ancaman yang muncul lebih berifat latent dan jangka panjang, yakni adanya kebebasan untuk memilih bank dalam penempatan dana maupun pengelolaan keuangan kota / kabupaten. Keadaan ini memungkinkan dana-dana pemerintah daerah berpindah dari BPD DIY ke bank umum lain.

Pesaing yang cukup kompeten bagi BPD yaitu bank-bank swasta, seperti BCA, Lippobank, Mandiri, dan lain-lain yang saat ini sudah cukup menarik minat konsumen dengan menawarkan berbagai macam fasilitas dan hadiah yang didapatkan apabila menjadi nasabah bank tersebut. Teknologi yang digunakan bank swasta pun sudah sangat maju, sehingga konsumen akan mendapatkan berbagai kemudahan dalam transaksi perbankan.

Sebagai upaya mengantisipasi keadaan yang cepat berubah itu, maka BPD selama ini menempuh dengan merumuskan suatu *corporate plan* yang memberikan arah yang jelas bagi pengembangan perusahaan dalam jangka panjang. BPD DIY juga masih perlu secara terus-menerus mencermati kekuatan dan kelemahan perusahaan, mencermati peluang maupun ancaman lingkungan luar serta mempertahankan strategi yang unggul dan mengembangkan strategi baru. Upaya ini ditujukan untuk mempertahankan perusahaan agar tetap *survive* serta meningkatkan keunggulan bersaing.

Bagi perusahaan, memiliki konsep yang jelas mengenai bisnis dan pasar yang dimilikinya merupakan keharusan terutama dalam era perubahan lingkungan

bisnis yang sangat cepat sekarang ini. Dalam hal ini perusahaan wajib membangun strategi dalam mengantisipasi perubahan yang terus terjadi.

Untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan dapat menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan menganalisis struktur industri untuk menentukan tingkat persaingan dan menganalisis kelompok strategis untuk dapat menentukan pesaing terdekat perusahaan. Pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis ini meliputi tahap-tahap analisis faktor internal, analisis faktor eksternal, pembobotan pada keempat faktor (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman), penilaian indikator-indikator dari keempat faktor menggunakan pembobotan untuk memperoleh posisi perusahaan.

Manajemen mengamati lingkungan eksternal untuk melihat peluang dan ancaman dan mengamati lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan. SWOT merupakan faktor-faktor strategis yang paling penting untuk masa depan perusahaan. Variabel yang diukur adalah *Strengths* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) antara lain: tingkat suku bunga, lokasi bank, teknologi perbankan, loyalitas nasabah, keamanan, pelayanan, kepekaan terhadap perubahan pasar, kemampuan mencapai segmen pasar, mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing. Sedangkan indikator variabel yang digunakan dalam penilaian *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) antara lain: otonomi daerah, kebijakan pemerintah, pertumbuhan pasar, kondisi persaingan, pendatang baru, tingkat suku bunga, perubahan selera pasar, kondisi ekonomi, politik, sosial dan budaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar uraian pokok permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya, yaitu: **“Bagaimanakah strategi pemasaran yang tepat bagi BPD DIY dalam menghadapi persaingan perbankan”**

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam melaksanakan penelitian di BPD DIY adalah untuk: **“Menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan di masa yang akan datang”**

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi BPD DIY

Memberikan pilihan alternatif strategi yang dapat dipakai agar dapat bertahan dalam pertumbuhan dan mengembangkan bisnis di masa depan.

2. Bagi penulis

Dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan ilmiah serta kemampuan menganalisa permasalahan dalam bidang manajemen.

3. Bagi pihak lain

Memberikan informasi keadaan secara jelas atas kondisi BPD DIY yang sebenarnya.