

**IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN PRODUK KREDIT
PEMILIKAN RUMAH (KPR) GRIYA UNTUK MILENIAL
(GAUL) PADA PT BJB KCK BANTEN**



Disusun oleh:

**ILHAM AUFA SYUHADA
20213024**

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA,
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten”** yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di lingkungan Universitas Islam Indonesia maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasi dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Juli 2024

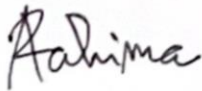


Ilham Aufa Syuhada
20213024

HALAMAN PERSETUJUAN

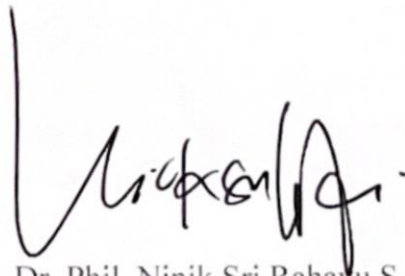
Skripsi dengan judul **“Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten”** disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Skripsi.

Yogyakarta,
Pembimbing



Annisa Rahima S.E., M.Ec.Dev
182131302

Mengetahui,
Ketua Program Studi

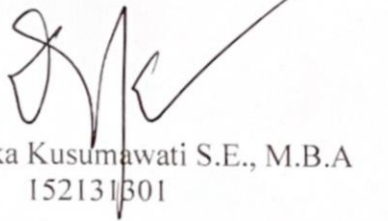


Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu S.E., M.M
052130103

HALAMAN PENGESAHAN

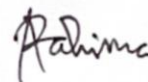
Skripsi dengan judul **“Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten”**, telah dipertahankan dalam ujian wawancara dan diterima sebagai syarat untuk menjadi Sarjana Terapan Program Studi Analisis Keuangan, Program Studi Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, pada tanggal 04 Desember 2024.

Penguji I



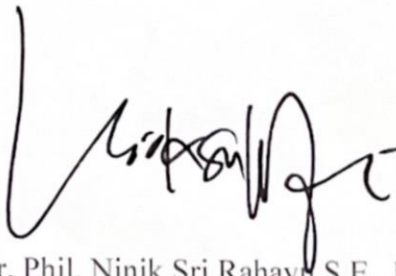
Rizqi Adhyka Kusumawati S.E., M.B.A
152131301

Penguji II



Annisa Rahima S.E., M.Ec.Dev
182131302

Mengesahkan
Ketua Program Studi



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu S.E., M.M
052130103

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas segala limpahan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten”**. Penulisan penelitian ini ditujukan untuk memenuhi Tugas Akhir yang merupakan syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Analisis Keuangan dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Terimakasih kepada kedua orang tua, Bapak Wachyyu Budhi Kristiawan, AP, S.Sos, M.Si. dan Ibu Eha Zulaeha, S.Sos, M.M. yang telah melahirkan, mengasuh, membesarkan, dan memberi pendidikan hingga seperti saat ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kekurangan, yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, dukungan, kritis dan masukan dari berbagai pihak. Dengan rasa syukur dan kebahagiaan yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu Dr.Phil. Ninik Sri Rahayu S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Analisis Keuangan Program Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Kepada Ibu Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.

3. Kepada Ibu Annisa Rahima S.E., M.Ec.Dev selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi.
4. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Sarjana Terapan Analisis Keuangan yang telah memberikan bimbingan dan memberi bekal ilmu pengetahuan.
5. Kepada Bapak Ujang Aep Saefullah selaku Pimpinan Cabang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian terapan selama enam bulan di Bank Pembangunan Jawa Barat Dan Banten Tbk Kantor Cabang Khusus Banten.
6. Kepada Ibu Fitri Adriyani selaku Administrasi Kredit Bank Pembangunan Jawa Barat Dan Banten Tbk Kantor Cabang Khusus Banten yang menjadi pembimbing di instansi tempat penelitian terapan.
7. Kepada Bapak Nofan Ferdinan dan Anas selaku Account Officer (AO) beserta divisi Sumber Daya Manusia (SDM) Bank Pembangunan Jawa Barat Dan Banten Tbk Kantor Cabang Khusus Banten yang menjadi pembimbing di instansi tempat penelitian terapan.
8. Kepada Bapak Lalang selaku Supervisor (SPV) beserta divisi Administrasi Kredit (ADK) Bank Pembangunan Jawa Barat Dan Banten Tbk Kantor Cabang Khusus Banten yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyusunan skripsi penulis dengan menyediakan informasi yang diperlukan.
9. Teman-teman Analisis Keuangan Angkatan 2020 yang telah berperan memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran selama di bangku

perkuliahan.

10. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan fisik maupun psikis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.

Penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun metodologi penulisannya. Untuk itu, kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan guna perbaikan selanjutnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berharap, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Yogyakarta, Juli 2024



Ilham Aufa Syuhada
20213024

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai implementasi pembiayaan produk kredit pemilikan rumah griya untuk milenial (KPR Gaul) pada PT BJB KCK Banten. Metode penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Dengan mengumpulkan data hasil wawancara dengan staf bank seperti *Account Officer* KPR & KKB, debitur/nasabah dan Administrasi Kredit BJB KCK Banten. Penelitian ini menemukan bahwa ada permasalahan internal dan eksternal dalam implementasi KPR Gaul, seperti kurangnya SDM yang menangani produk KPR Gaul BJB KCK Banten, adanya agunan yang dijamin sehingga KPR Gaul menjadi opsi pilihan terakhir bagi nasabah, dan syarat pengajuan KPR Gaul harus merupakan pinjaman pertama, serta banyak produk serupa dari bank lainnya. Hal ini bisa diatasi dengan memperbaiki struktural internal yang menanganai KPR Gaul dengan merekrut SDM yang kompeten berdasarkan gelar akademik, mengoptimalkan pemasaran dengan Promosi produk melalui event-event yang menjangkau kaum milenial, dan terus menginovasi pemasaran KPR Gaul secara terintegrasi guna menghadapi KPR dari bank lain yang serupa dengan KPR Gaul. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran berdasarkan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa perlu adanya inovasi dalam pemasaran KPR Gaul agar dapat berjalan secara optimal seperti peningkatan kualitas dan kuantitas yang menangani KPR Gaul.

Kata Kunci : KPR Gaul, BJB KCK, Analisis SWOT

ABSTRACT

The purpose The purpose of this study is to analyze the implementation of product financing (KPR Gaul) at PT BJB KCK Banten. SWOT Analysis is employed as the research method. Data is collected by interviewing bank staff, including KPR & KKB Account Officers, debtors/customers, and BJB KCK Banten Credit Administration. This study found that there were internal and external problems in the implementation of KPR Gaul, such as the lack of human resources handling the KPR Gaul BJB KCK Banten product, The existence of collateral that was guaranteed so that KPR Gaul became the last option for customers, and the requirements for submitting KPR Gaul must be the first loan, as well as many similar products from other banks. To overcome this, it is important to improve the internal structure that handles KPR Gaul by recruiting competent human resources based on academic degrees, optimizing marketing with product promotions through events that reach millennials, and continuing to innovate KPR Gaul marketing in an integrated manner to face KPR from other banks that are similar to KPR Gaul. Thus, this study provides an overview based on the SWOT analysis, it can be concluded that there needs to be innovation in KPR Gaul marketing so that it can run optimally, such as increasing the quality and quantity of KPR Gaul.

Keywords : KPR Gaul, BJB KCK, SWOT Analysis

DAFTAR ISI

	Hlm
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Akademik.....	3
1.4.2 Manfaat Praktikal	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 Kajian Pustaka	4
2.1.1 Implementasi	4
2.1.2 Bank	4
2.1.3 Kredit.....	6
2.1.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	8
2.1.5 Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Millenial (Gaul)	9
2.1.6 Generasi Milenial	10

2.1.7	Generasi Z	11
2.1.8	Analisis SWOT	12
2.2	Penelitian Terdahulu.....	14
BAB III METODE PENELITIAN		17
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	17
3.2	Desain Penelitian	17
3.3	Sumber Data dan Sampel Penelitian	17
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.5	Teknik Keabsahan Data	19
3.6	Teknik Analisis Data	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		22
4.1	Data Umum	22
4.1.1	Sejarah Singkat Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten.....	22
4.1.2	Visi dan Misi PT Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk	23
4.1.3	Produk dan Layanan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk.....	24
4.1.4	Struktur Organisasi dan Tata Kelola	26
4.2	Data Pembahasan	31
4.2.1	Analisis SWOT Produk KPR Gaul pada Bank BJB KCK Banten.....	31
4.2.2	Kebijakan Yang Diterapkan Oleh Bank BJB KCK Banten Dalam Mengembangkan Produk KPR Gaul.....	37
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Implikasi.....	40
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	40
5.4	Rekomendasi Untuk Penelitian Berikutnya.....	41
DAFTAR PUSTAKA		42
DAFTAR LAMPIRAN		45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Data Informan	18
Tabel 4.1 Analisis SWOT	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank BJB KCK Banten	23
Gambar 4.2 Struktur Organisaasi Bank BJB KCK Banten	27
Gambar 4.3 Struktur Perusahaan Bank BJB KCK Banten	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	45
Lampiran 2 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	51
Lampiran 3 Riwayat Hidup Penulis	52
Lampiran 4 Brosur KPR Gaul	53
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan Wawancara	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan memiliki peran penting dalam menyokong perkembangan ekonomi dengan cara menghimpun dana serta menyalurkan dana. Dengan adanya penyaluran dana dalam bentuk kredit memiliki implikasi pada industri sektor riil yang mendukung pertumbuhan ekonomi negara dan mengurangi tingkat pengangguran. Selain kebutuhan hidup seperti sandang, pangan, pendidikan, dan kesehatan. Rumah juga penting bagi kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan populasi dan ruang bangunan yang langka mempersulit upaya untuk memecahkan masalah ini (Defitri et al., 2023).

Hunian tetap merupakan kebutuhan primer manusia setelah sandang dan pangan. Memiliki rumah layak huni adalah kebutuhan primer paling utama bagi setiap manusia. Seiring peningkatan jumlah penduduk serta perkembangan zaman, maka kebutuhan primer menjadi permasalahan tersendiri yang harus diatasi (Heriyanti et al., 2021). Tingginya tingkat pertumbuhan penduduk di Indonesia mengakibatkan terbatasnya lahan untuk membangun rumah. Hal ini mengakibatkan tingginya nilai jual hunian yang terus mengalami kenaikan. Salah satu permasalahan pokok yang terjadi dalam masyarakat di Indonesia ialah mengenai ketersediaan hunian, yaitu kesenjangan antara jumlah hunian yang terbangun dengan jumlah rumah yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kondisi ini dapat diatasi dengan adanya bank sebagai lembaga keuangan. Bank menyediakan produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) yang dapat membantu masyarakat dalam pembelian rumah, baik rumah sebagai hunian maupun rumah sebagai investasi (Filza Thriyandha, 2023). Menurut (Bank Indonesia, 2024) pada laporan tahun 2023, kinerja Kredit Pemilikan Rumah (KPR) menunjukkan peningkatan pertumbuhan hingga lebih dari 10%, dibandingkan dengan tahun 2022 yang sebanyak 8,17%.

Generasi milenial adalah salah satu generasi masyarakat terbesar dari total

keseluruhan penduduk Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 generasi milenial sebanyak 69.699.972 populasi. Masyarakat dengan kelompok usia terbanyak adalah Generasi Z yang lahir dalam rentang 1997-2002 dengan sebanyak 71.509.082 populasi. Permasalahan utama yang umum terjadi pada generasi milenial adalah terkait kepemilikan hunian. Sangat banyak milenial di Indonesia yang punya keinginan membeli rumah/hunian pribadi. Generasi Milenial dan Generasi Z mulai mengerti bahwa kemampuan untuk memiliki hunian sangat terbatas, sehingga banyak dari mereka yang ingin membeli rumah melalui mekanisme kredit yang hanya perlu menyiapkan uang muka minimal 10% dari harga rumah dibandingkan dengan tunai yang masyarakat langsung membayar secara keseluruhan harga rumah (Annisa et al., 2021). PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk (selanjutnya disingkat BJB) merupakan salah satu lembaga keuangan milik daerah yang beroperasi di Indonesia yang memberikan kemudahan akses pembiayaan untuk kepemilikan hunian sekaligus meringankan beban generasi milenial dan generasi z di Indonesia dalam memikul impian akan kepemilikan hunian ideal dengan produk BJB KPR Griya Untuk Milenial (selanjutnya disingkat Gaul) diharapkan dapat digunakan seluas-luasnya oleh para milenial sebagai jalan keluar atas kebutuhan kepemilikan rumah yang mudah dan terjangkau (BJB, 2023).

Meskipun memiliki keinginan yang kuat untuk memiliki rumah, Generasi Milenial dan Generasi Z juga menghadapi beberapa tantangan dalam mewujudkan impian seperti harga rumah yang tinggi, persyaratan KPR yang ketat dan kurangnya edukasi tentang KPR (Delvina Wijaya & Anastasia, 2021). Untuk mengatasi tantangan tersebut, Bank BJB Kantor Cabang Khusus (selanjutnya disingkat KCK) Banten nawarkan sistem pemberian Kredit Pemilikan Rumah (selanjutnya disingkat KPR) Gaul. Berdasarkan penjelasan tersebut penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten”**.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti melakukan rumusan masalah agar lebih terarah pada tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis SWOT Produk KPR Gaul pada Bank BJB KCK Banten?
2. Apa saja kebijakan yang diterapkan oleh Bank BJB KCK Banten dalam mengembangkan Produk KPR Gaul?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan teknik analisis SWOT Produk KPR Gaul pada Bank BJB KCK Banten.
2. Untuk menguraikan kebijakan apa saja yang diterapkan oleh Bank BJB KCK Banten dalam mengembangkan produk KPR Gaul.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang penulis harapkan yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau rujukan dalam bidang akademik, pengembangan kebijakan dan implementasi kemampuan yang berkaitan dengan analisis keuangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk mengevaluasi produk-produk yang disediakan oleh lembaga keuangan, khususnya Produk KPR Gaul yang dikeluarkan oleh Bank BJB KCK Banten. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan literatur bagi peneliti lain yang ingin melakukan studi lebih mendalam dengan topik sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktikal

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi maupun pertimbangan bagi praktisi perbankan terkait analisis SWOT dalam mengembangkan strategi pemasaran khususnya Produk KPR Gaul di Bank BJB KCK Banten.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Implementasi

Implementasi adalah suatu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi atau melaksanakan sesuatu yang terjadi dari akibat kebijakan yang telah dilaksanakan. Ripley dan Franklin dalam (Winarno, 2016) menyatakan implementasi ialah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan setelah penerapan aturan yang sudah diberlakukan, seperti kebijakan, program, serta manfaat. Sumber implementasi terdiri dari keuangan, Sumber Daya Manusia (SDM) dan kapasitas operasional seorang atau kelompok dalam mencapai arah yang telah ditetapkan (Sutojo, 2015).

David C Korten menyatakan bahwa terdapat tiga elemen dalam implementasi, yaitu (Palit et al., 2022) :

1. Kecocokan antara suatu program dengan kelompok manfaat.
2. Kecocokan antara program dengan lembaga pelaksana.
3. Kecocokan antara kelompok pemanfaat dengan lembaga pelaksana.

2.1.2 Bank

Bank merupakan sebuah organisasi yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta yang bergerak dibidang keuangan dengan kegiatan utama mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa perbankan. Lebih lanjut aktivitas yang dilakukan bank adalah (Kasmir, 2018) :

1. Mengumpulkan dana dalam bentuk simpanan atau investasi yang bersumber dari masyarakat.
2. Menyalurkan dana ke masyarakat berupa pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan.

3. Memberikan jasa bank lainnya, seperti *safe deposit box*, *bank notes*, *letter of credit* (L/C), pengiriman uang (*transfer*), memberikan kredit, penagihan surat-surat berharga dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clering*), *travels cheque* dan jasa lainnya

Definisi bank berdasarkan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan) adalah :

“badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”

Bank adalah lembaga perantara keuangan yang didirikan oleh otoritas umumnya untuk mengambil deposito, meminjamkan dan menerbitkan obligasi atau umumnya dikenal dengan uang. Sementara itu, berdasarkan UU Bank, bank adalah unit usaha yang mengumpulkan uang dari masyarakat dan dikembalikan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau jenis pinjaman lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Lebih lanjut, penjelasan bank secara spesifik dikemukakan oleh (Triandaru & Budisantoso, 2006) yaitu :

1. *Agent of Development*

Keterkaitan antara sektor rill dan sektor moneter tidak dapat dipisahkan, karena kedua sektor tersebut saling mempengaruhi dan saling berinteraksi. Sektor moneter tidak dapat berkeja dengan baik apabila sektor rill tidak bekerja dengan baik. Sehingga kegiatan bank untuk menghimpun dan menyalurkan dana sangat diperlukan bagi kelancaran kegiatan sektor rill.

2. *Agent of Trust*

Fundamental bank adalah kepercayaan (*trust*) dalam hal menyalurkan dan menghimpun dana. Nasabah percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan

oleh Bank, dan pihak bank percaya bahwa debitur tidak akan menyalahgunakan penjamannya.

3. *Agent of Service*

Bank memberikan jasa-jasa kepada masyarakat yang berkaitan dengan perekonomian secara umum, seperti jasa pengiriman uang, pemberian pinjaman, penyelesaian tagihan, penitipan barang berharga dan lain sebagainya.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bank merupakan suatu lembaga yang berbentuk badan hukum yang dilindungi oleh undang-undang untuk menghimpun dana serta menyalurkan dana melalui produk-produk yang dikeluarkan oleh bank untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB) merupakan bank daerah yang dimiliki pemerintah Provinsi Jawa Barat dan Banten. Pendirian bank BJB dilatarbelakangi oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33/1960 tentang penentuan perusahaan di Indonesia milik Belanda yang dinasionalisasi. Bank ini pertama kali didirikan pada tahun 1961 dan beberapa kali telah mengalami pergantian nama. Awal mulanya Bank BJB bernama PD Bank Karja Pembangunan Daerah Djawa Barat yang merupakan hasil nasionalisasi dari Bank “NV Denis” pada masa pemerintahan Belanda. Pada tahun 1978 nama PD Bank Karja Pembangunan Daerah Djawa Barat diubah menjadi BPD Jabar. Pada tahun 1999, terbitlah perubahan bentuk hukum dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pada tahun 2007 nama perseroan berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten dengan sebutan Bank Jabar Banten. Pada akhirnya, pada tahun 2010 sebutan Bank Jabar Banten resmi diubah menjadi Bank BJB (BJB, 2023).

2.1.3 Kredit

Kredit merupakan sistem finansial untuk memindahkan aktiva dari pemilik kepada pemakai dengan pengharapan memperoleh laba. Kredit diberikan berdasarkan kepercayaan pihak bank kepada orang lain terhadap kecakapan dan kejujuran si

peminjam (Firdaus & Ariyanti, 2011).

Definisi Kredit berdasarkan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan) adalah :

“penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjaman-pinjaman antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga”

Pemberian kredit antara kreditur dan debitur berdasarkan pertimbangan 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition of economy*) yang akan dijelaskan sebagai berikut (Fahmi, 2012):

1. *Character*

Karakter berkaitan dengan psikologi penerima kredit, seperti hobi, cara hidup yang dijalani, latar belakang, dan lain sebagainya.

2. *Capacity*

Kemampuan berkaitan dengan *business record* atau kemampuan mengelola yang akan menentukan kemampuan membayar (*ability to pay*).

3. *Capital*

Secara umum, modal dapat dilihat dari *balance sheet, return on investment, capital structure, income statement* akan menentukan besaran pinjaman yang akan diperoleh penerima kredit dan tidak akan melebihi dari kepemilikan modal penerima kredit.

4. *Collateral*

Jaminan merupakan barang atau sesuatu yang dapat dijaminkan pada saat seseorang akan mengajukan peminjaman dana dalam bentuk kredit.

5. *Condition of Economy*

Kondisi perekonomian merupakan pertimbangan dengan indikator tingkat pertumbuhan ekonomi, daya beli, inflasi, jumlah pengangguran, kebijakan

moneter, ekonomi internasional dan lain sebagainya.

(Fahmi, 2012) mengemukakan bahwa terdapat elemen yang terkandung dalam setiap pemberian fasilitas kredit, yaitu :

1. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan unsur utama dalam kredit. Apabila tidak ada unsur kepercayaan maka antara kreditur dengan debitur akan sulit mewujudkan sinergi kerja yang baik.

2. Waktu

Waktu merupakan salah satu bagian penting untuk analisis kredit. Karena bagi pihak kreditur saat ia memberikan uang kepada debitur maka harus diperhitungkan juga saat pembayaran kembali, yaitu limit waktu yang ditentukan dalam perjanjian kredit oleh kedua belah pihak tersebut.

3. Resiko

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan mengakibatkan suatu resiko tidak tertagihnya atau macet pemberian kredit. Semakin panjang suatu kredit akan semakin besar resikonya, dengan begitu sebaliknya dan resiko ini menjadi salah satu tanggungan dari pihak bank.

4. Prestasi

Prestasi yang dimaksud adalah tanggungan yang dimiliki oleh kreditur untuk diberikan kepada debitur. Pada dasarnya bentuk atau objek dari kredit itu sendiri yaitu tidak selalu dalam bentuk uang tapi juga boleh dalam bentuk barang dan jasa.

5. Adanya kreditur

Pihak yang memiliki uang, barang atau jasa untuk dipinjamkan kepada pihak lain, dengan harapan dari hasil pinjaman itu akan diperoleh laba dalam bentuk bunga sebagai balas jasa dari barang, uang, atau jasa yang telah dipinjamkan.

2.1.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Kegiatan perekonomian akan berkembang dengan baik bila dibantu dengan adanya

sumber-sumber penyediaan dana untuk membiayai kegiatan usaha, bagi industri perbankan hal ini merupakan hal yang sangat menguntungkan, karena bank dapat memberikan kredit. Adapun pengertian kredit menurut para ahli sebagai berikut :

1. KPR merupakan hak untuk memperoleh pembayaran serta kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang telah disepakati, atau pada waktu yang akan datang (Mudrajad, 2002).
2. KPR merupakan penyediaan uang atau tagihan-tagihan yang dapat disamakan dengan itu berdasarkan kesepakatan penjamin-meminjam antara bank dengan pemohon. Peminjam berkewajiban melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan sejumlah bunga yang telah ditetapkan dalam perjanjian (Soediyono, 1992).

KPR adalah fasilitas kredit yang diberikan oleh bank kepada debitur/nasabah yang akan membeli rumah atau memperbaiki rumah. KPR juga didefinisikan sebagai layanan pembiayaan. KPR berawal dari Perjanjian Kredit antara Kreditur/Pihak Bank dan Debitur/Nasabah yang merupakan perjanjian pokok, hal ini ditandai dengan penyerahan uang dari kreditur kepada debitur. Dalam rangka menyalurkan KPR, maka sebelumnya bank harus memiliki melakukan pengecekan data-data nasabah berdasarkan prinsip kehati-hatian secara menyeluruh dan melakukan kesepakatan melalui perjanjian kredit yang diketahui bersama.

2.1.5 Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Millenial (Gaul)

Menurut Iqbal dalam (Yudi Lestari, 2020) Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan jenis kredit yang ditujukan kepada seseorang untuk memiliki hunian atau kebutuhan konsumtif lainnya dengan agunan berupa rumah.

Kredit Pemilikan Rumah Gaul atau biasa disebut dengan KPR Gaul merupakan akomodasi kredit konsumtif yang ditawarkan oleh BJB KC Banten kepada calon debitur perorangan untuk membeli atau memiliki properti seperti (rumah tapak/ apartemen/ rumah toko ataupun rumah kantor), baik dalam pembelian baru (*Primary*) dari pengembang perusahaan maupun dalam pembelian bekas (*Secondary*) dari non

pengembang perusahaan.

KPR Gaul merupakan produk khusus untuk Generasi Milenial dan Generasi Z dalam rangka membantu generasi muda mewujudkan impian memiliki hunian. Ditengah melonjaknya harga properti dan gaya hidup yang serba digital, KPR khusus ini hadir dengan berbagai kemudahan dan fitur menarik yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda. Karakteristik KPR Gaul yang dikeluarkan oleh Bank BJB adalah sebagai berikut :

1. Uang Muka Ringan

KPR ini umumnya menawarkan uang muka yang lebih rendah dibandingkan KPR reguler, mulai dari 5% hingga 15%. Hal ini membantu Generasi Milenial dan Generasi Z yang umumnya memiliki keterbatasan dana awal untuk membeli rumah.

2. Suku Bunga Kompetitif

Suku bunga yang ditawarkan pada KPR khusus ini umumnya lebih kompetitif dibandingkan KPR reguler, sehingga cicilan bulanan lebih terjangkau.

3. Tenor Panjang

Tenor KPR ini biasanya lebih panjang, mencapai 30 tahun bahkan 40 tahun. Hal ini memberikan keleluasaan bagi Generasi Milenial dan Generasi Z untuk melunasi cicilan dengan lebih ringan.

4. Fitur Fleksibel

KPR khusus ini seringkali dilengkapi dengan fitur-fitur fleksibel, seperti program bantuan uang muka, subsidi suku bunga, dan pilihan skema pembayaran yang beragam.

5. Kemudahan Akses Digital

Proses pengajuan KPR dapat dilakukan secara *online* melalui *website* atau aplikasi bank, sehingga lebih praktis dan efisien.

2.1.6 Generasi Milenial

Menurut (Yuswohady, 2016) Generasi Milenial adalah generasi yang lahir antara awal 1980-an dan 2000-an. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging, dan media sosial seperti Facebook dan Twitter, IG, dan lain-lain, dengan kata lain, Generasi Y adalah generasi yang tumbuh di era booming internet. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, ketika kemajuan teknologi sedang pesat.

Dalam hal kelompok usia, milenial adalah generasi yang saat ini berusia antara 15 dan 34 tahun (Hidayatullah et al., 2018) dengan karakteristik sebagai berikut :

1. Milenial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka,
2. Milenial cenderung lebih malas dan konsumtif, dan lain-lain.
3. Milenial lebih percaya *user generated content* (UGC) daripada informasi searah.
4. Milenial wajib punya media sosial
5. Milenial memanfaatkan teknologi dan informasi,
6. Milenial kurang suka membaca secara konvensional.
7. Milenial cenderung melakukan transaksi secara non-tunai (*cashless*)
8. Milenial lebih memilih ponsel dibanding TV.
9. Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif,

2.1.7 Generasi Z

Generasi Z atau generasi pascamilenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai tahun 2010, para ahli menyatakan bahwa generasi Z memiliki sifat dan karakteristik yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya generasi ini dilabeli sebagai generasi yang minim batasan (*boundary-less generation*). Generasi Z sebagai *digital natives* lebih mengandalkan kecepatan dalam menggunakan dan menerima informasi, ingin segera mendapatkan informasi, sehingga kurang mentoleransi hal-hal yang bersifat lambat, cenderung memproses informasi dengan jalan non-linear, melompat dari tugas satu ke tugas yang lain, multitasking, dan lebih mudah

memahami gambar daripada teks (Mardianto, 2019). Generasi Z memiliki keterkaitan erat dengan dengan teknologi internet baik di dunia sosial, pengetahuan, pendidikan. Sehingga Generasi Z sangat kaku apabila berkomunikasi di dunia nyata (Fuad Zis et al., 2021).

2.1.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode untuk melihat suatu permasalahan dari 4 sudut pandang, yaitu Kekuatan (*strength*) dilihat dari faktor internal perusahaan dalam mencapai tujuan. faktor tersebut berupa keahlian, sumber daya, citra, hubungan baik, antara debitur dan kreditur. Kelemahan (*weakness*) berasal dari faktor internal organisasi yang menghambat organisasi dalam mencapai tujuannya, seperti fasilitas tidak lengkap, tata kelola perusahaan dan keahlian pemasaran. Peluang (*opportunity*) berasal dari faktor eksternal yang mendukung perusahaan mencapai tujuannya, seperti kebijakan pemerintah atau perusahaan, teknologi, perkembangan *supplier* dan *buyer*. Ancaman (*threat*) berasal dari faktor eksternal yang bersifat menghambat diantaranya persaingan bisnis serupa, melambatnya pertumbuhan pasar, perubahan teknologi dan kebijakan baru (Rahima, 2020). Penilaian SWOT memerlukan proses yang melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor eksternal serta internal yang mendukung dan tidak mendukung. Hasil dari analisis SWOT umumnya berupa rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang sudah ada, serta meminimalisir kekurangan dan menghindari ancaman. Lebih lanjut, hasil dari analisis SWOT adalah matriks sebagai berikut :

Tabel 2.1 Matrik SWOT

Internal Eksternal	Strength (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal
	Opportunity (O) Tentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
	Threat (T) Tentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
		Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : (Philip & Lane Keller, 2009)

Berdasarkan pada matrik SWOT diatas terdapat empat alternatif pilihan bagi organisasi atau perusahaan untuk melakukan strategis pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO (*strength-opportunity*)

Strategi ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan internal organisasi atau perusahaan dalam memanfaatkan peluang eksternal. Strategi SO bertujuan untuk mengimplementasikan strategi ST, WO dan WT.

2. Strategi WO (*weakness- opportunity*)

Strategi ini untuk memetakan kelemahan internal perusahaan atau organisasi dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Salah satu alternatif Strategi WO adalah dengan merekrut serta melatih staf dengan kualifikasi dan kemampuan yang dibutuhkan.

3. Strategi ST (*strength- threat*)

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghindari ancaman atau meminimalisir ancaman eksternal yang dihadapi.

ancaman eksternal tersebut antara lain faktor perekonomian, gejala alam, peraturan pemerintah dan lain sebagainya.

4. Strategi WT (*weakness- threat*)

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan atau jika memungkinkan perusahaan akan menghilangkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada guna pencapaian tujuan perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki keterkaitan sebagai acuan bagi penelitian berikutnya. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang sedang dikaji akan dijabarkan sebagai berikut pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Temuan
1	Mekanisme Pemberian Kredit pemilikan Rumah (KPR) Primary Pada PT Bank BJB Cabang Balaraja (Hapizi, 2022)	Untuk mengetahui mekanisme pemberian kredit KPR Primary dan upaya dalam menyalurkan KPR Primary.	Penelitian ini menerapkan metode kualitatif.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa alur proses kredit KPR Primary melalui beberapa proses, seperti proses awal, verifikasi, persetujuan, dan pencairan. Adapun upaya penyaluran KPR Primary melalui promosi kepada debitur dan masyarakat umum.
2	Prosedur Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya (Afifah, 2022)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur, solusi dan hambatan terkait pemberian KPR pada Kantor Cabang Tasikmalaya	Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui observasi secara langsung melalui analisis SWOT.	Penelitian ini menyatakan bahwa dalam mengajukan kredit terdapat beberapa tahap diantaranya penyelidikan terhadap berkas pemohon, melakukan wawancara, penyelidikan jaminan, <i>on the spot</i> , jika sudah sesuai maka pihak bank bisa menentukan apakah pemohon kredit bisa diberikan kredit atau kredit ditolak.

No	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Temuan
3	Strategi Pengembangan <i>Marketing Mix</i> dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Nasabah Tabungan iB <i>Maslahah</i> Bank Jabar Banten Syariah di Provinsi Jawa Barat (Delvina , 2021)	Untuk menganalisis strategi <i>marketing mix</i> serta pengaruhnya terhadap peningkatan nasabah di Bank Jabar Banten Syariah di Provinsi Jawa Barat.	Penelitian ini menerapkan metode deskriptif analitis dengan jenis penelitian kualitatif berdasarkan analisis SWOT.	Hasil penelitian disimpulkan bahwa <i>marketing mix</i> berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan nasabah tabungan iB <i>Maslahah</i> bank jabar banten syariah di Provinsi Jawa Barat. Hal ini merupakan kemaslahatan yang menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
4	Tinjauan Strategi Pemasaran Kredit Pada PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Lodaya Bandung (Meitriana , 2022)	Untuk mengetahui strategi serta faktor pendukung pemasaran produk kredit pada PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Lodaya Bandung	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan analisis SWOT.	Hasil penelitian ini dapat diketahui ada beberapa strategi yang dilakukan PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Lodaya Bandung diantaranya menawarkan secara <i>door to door</i> hingga <i>marketing mix</i> , sedangkan kendala yang ditemui adalah lokasi PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Lodaya Bandung kurang strategis dan adanya pembatasan calon nasabah yang sudah memiliki pinjaman kepada bank lain.
5	Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk, Kantor Cabang Cilegon (Nijmah Az-Zahra , 2023)	Untuk mengetahui implementasi strategi bauran pemasaran produk KPR pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Kantor Cabang Cilegon	Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui observasi secara langsung	Hasil dari penelitian ini dapat diketahui ada beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan menggunakan strategi pemasaran melalui periklanan spanduk, banner, billboard, serta penjualan personal melalui sales promotion dengan memanfaatkan media sosial, hubungan masyarakat, serta menjalin kerjasama dengan pemerintah, instansi, serta perusahaan lainnya.

Sumber : Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan Tabel 2.1 peneliti telah melakukan kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu dalam rangka menghindari kesamaan dan mencari spesifikasi penelitian. Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan metode kualitatif dengan fokus penelitian produk kredit Bank BJB, sedangkan perbedaannya adalah produk kredit perbankan Bank BJB yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini dengan melakukan analisis terhadap implementasi serta faktor-faktor penghambat Produk KPR Gaul yang diterbitkan oleh Bank BJB KCK Banten. Fokus penelitian ini mencakup bagaimana proses pengambilan keputusan, kriteria risiko serta pertimbangan ekonomi yang digunakan dalam menentukan calon debitur/nasabah KPR Gaul.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kegiatan penelitian terapan semester 7 tahun ajaran 2023/2024 di bulan 6 Agustus 2023 hingga bulan Februari 2024 di Bank BJB KCK Banten yang beralamat di Jalan Veteran No 6, Cipare, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten dengan website resmi <https://www.bankbjb.co.id/>

3.2 Desain Penelitian

Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif, dengan menganalisa dan menyusun dengan cara sistematis semua data yang didapat berupa alasan, hasil wawancara, gambaran, serta penjelasan keadaan yang sebenarnya sebagaimana data-data yang didapati dari perusahaan, serta pengumpulan data dari debitur yang kemudian diolah dan disesuaikan dengan teori untuk diambil benang merah dalam kesimpulan pada Bank BJB KCK Banten berdasarkan analisis SWOT.

3.3 Sumber Data dan Sampel Penelitian

Sumber data adalah individu, barang, atau entitas yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi berdasarkan fakta yang terkait dengan subjek atau subjek penelitian (Ibrahim, 2018). Dari sudut pandang sumber datanya, pengumpulan data bisa dilakukan melalui sumber primer dan sumber sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah informasi, fakta, dan kenyataan yang jelas dan langsung berhubungan dengan penelitian dan mempengaruhi keberhasilan penelitian. Data primer dianggap sebagai informasi kunci (primer) karena keberhasilan suatu penelitian sangat ditentukan oleh data. Dengan kata lain, keberhasilan penelitian dapat diukur dengan data primer, yang membantu menjawab pertanyaan penelitian utama dan memberikan umpan balik yang lebih baik. Pengumpulan data primer didapatkan melalui catatan tertulis, pengambilan foto, pembuatan film, dan

rekaman audio atau video adalah sumber data utama selama proses penelitian (Ibrahim, 2018). Penelitian ini bersumber pada hasil wawancara dengan staf bank seperti *Account Officer* KPR & KKB, debitur/nasabah dan Administrasi Kredit BJB KCK Banten.

Tabel 3.1 Data Informan

Kategori Narasumber	Jumlah	Topik Pembahasan
<i>Supervisor</i>	1	Informasi latar belakang
<i>Account Officer</i>	2	Kekuatan Produk KPR Gaul
Administrasi Kredit	1	Kelemahan Produk KPR Gaul
Debitur/Nasabah	1	Peluang Produk KPR Gaul
		Ancaman Produk KPR Gaul
		Rekomendasi kebijakan
Total	5	

(Sumber : Data diolah penulis 2024)

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang mencakup semua jenis dokumen, baik berupa tulisan maupun gambar. Dokumen kearsipan, baik yang dimiliki individu maupun yang dimiliki oleh lembaga atau institusi, adalah sumber data sekunder yang penting dalam penelitian kualitatif. Dokumen-dokumen ini penting untuk penelitian kualitatif dalam hal data umum, data populasi, monograf, dan sebagainya (Ibrahim, 2018).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berlangsungnya proses pengumpulan data pada penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder, adapun diharapkan bisa memperoleh data yang di butuhkan, keberhasilan peneliti sangat bergantung dari data lapangan maka, ketelitian rincian, ketepatan kelengkapan, dan keluasan dari informasi yang di amati di lokasi penelitian sangat penting (Sarwono, 2014). Peneliti menetapkan instrumen utama (*key instrument*) menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini dikerjakan langsung oleh peneliti melalui observasi,

pengkajian dokumentasi (catatan atau arsip), serta wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan objek penelitian. Pengamatan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (Hardani et al., 2020).

2. Wawancara

Interaksi lisan secara langsung antara dua orang atau lebih disebut wawancara. Dalam sebuah wawancara, ada dua peran utama: pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawabannya. Meskipun wawancara adalah percakapan tanya jawab tatap muka, ini adalah proses pengumpulan data untuk penelitian (Hardani et al., 2020).

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan dokumentasi adalah cara untuk mengambil data dari dokumen yang tersedia. Kelebihan menggunakan dokumentasi adalah biaya yang relatif rendah, penggunaan waktu yang lebih efisien, dan efisiensi tenaga kerja. Namun, kekurangannya adalah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, sehingga penulis juga akan mendapatkan data yang salah jika terjadi kesalahan pencetakan pada dokumen tersebut (Hardani et al., 2020)

3.5 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data (*trustworthiness of data*) adalah bagian yang penting (*elementary*) dalam penelitian (Ibrahim, 2018). Uji keabsahan data begitu penting dalam penelitian karena data yang salah akan tentu menghasilkan kesimpulan yang salah, dan data yang benar akan menghasilkan kesimpulan yang benar. Penelitian kualitatif harus memenuhi empat kriteria:

1. *Credibility*

Kriteria ini menegaskan bahwa data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian

kualitatif seharusnya memiliki reliabilitas, sehingga pembaca kritis dapat mempercayainya dan responden yang memberikan informasi tersebut dapat menerima hasil penelitian dengan baik (Hardani et al., 2020).

2. *Transferability*

Kriteria ini menekankan bahwa hasil penelitian yang dilakukan dengan konteks tertentu harus dapat diterapkan atau dapat ditransfer ke konteks atau pengaturan lainnya untuk mempromosikan transferabilitas. Cara untuk mencapai hal ini, penulis memberikan uraian lengkap tentang lingkungan di mana penelitian dilakukan dan temuan penelitian yang relevan dengan fokus penelitian (Hardani et al., 2020).

3. *Dependability*

Kriteria ini dapat dipergunakan sebagai acuan untuk mengevaluasi kualitas proses penelitian kualitatif. Untuk mengevaluasi kualitas hasil penelitian, penting untuk memperhatikan penelitian dengan cermat, mengumpulkan data, dan menafsirkan informasi atau data yang dikumpulkan dalam laporan penelitian (Hardani et al., 2020).

4. *Confirmability*

Dalam penelitian kualitatif, kriteria konfirmabilitas menunjukkan pentingnya memastikan bahwa semua data yang dikumpulkan dapat diterima, dikenali, serta disetujui oleh sumber data (baik individu maupun kelompok). Ini menunjukkan bahwa ada keyakinan tentang kebenaran data yang dikumpulkan secara alami (Hardani et al., 2020).

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan metode pendekatan analisis SWOT (*Strength, Opportunity, Weakness, Threat*) sebab pada penelitian ini memfokuskan pada suatu objek untuk dianalisa lebih detail serta memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti. Kualitatif merupakan metode penelitian

yang berfokus untuk menghasilkan hasil penelitian yang berkualitas tinggi dan menekankan pemahaman yang mendalam tentang data. Kualitas data yang dikumpulkan dan kedalamannya sebanding dengan kualitas hasil penelitian (Ibrahim, 2018).

Pendekatan analisis SWOT pada penelitian kualitatif berdasarkan pada sistematis dalam proses merumuskan strategi perusahaan dalam hal ini Bank BJB KCK Banten. Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi perusahaan dapat dimulai dengan mengenali *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman) yang terdapat dalam lingkungan eksternal serta mengetahui *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) pada internal perusahaan. Dengan demikian, perusahaan sanggup bersaing serta mencapai tujuan dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Umum

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten

Bank BJB merupakan bank yang dinasionalisasi oleh pemerintah berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 1960 Tentang Penetapan Perusahaan di Indonesia Milik Belanda yang sebelumnya bernama NV Denis (Naamloze Venootschap De Erste Nederlansche Indische Shareholding). Seiring dengan perkembangan zaman, Bank BJB sebagai bank daerah mengalami beberapa kali penyempurnaan menjadi bank umum devisa berdasarkan SK Bank Indonesia Nomor 25/84/KEP/DIR tanggal 2 November 1992. Pada tahun 1999 bank BJB mengalami perubahan dari perusahaan daerah menjadi perseroan terbatas. Selanjutnya di tahun 2000 bank BJB menerapkan dual banking system dengan memberikan layanan konvensional dan syariah berdasarkan SK Bank Indonesia No. 2/ 18/DpG/DPIP. Perkembangan perbankan syariah turut merubah struktural Bank BJB melalui pemisahan unit usaha antara Bank BJB Syariah dan Bank BJB berdasarkan SK Bank Indonesia No.12/35/KEP.GBI/2010 Tentang Pemberian izin usaha PT Bank Jabar Banten Syariah.

Perkembangan yang signifikan pada Bank BJB terjadi pada tahun 2010 setelah mendapat persetujuan dari Bapepam untuk melakukan penawaran umum perdana saham dengan harga penawaran yaitu Rp 600,00 (Enam Ratus Rupiah). Selain itu pada tanggal 2 Agustus 2010 Bank BJB mengalami perubahan logo. Filosofi logo Bank BJB ini disimbolkan sebagai sayap yang terbang untuk kemajuan. Bentuk sayap pada logo Bank BJB memberikan arti mempunyai jangkauan jauh untuk memberikan pelayanan terbaik. Logo itu merupakan representasi tekad dan upaya bank ini dalam memberikan yang terbaik kepada nasabah, pemegang saham, dan seluruh masyarakat. *Calm water blue* menandakan tegas, konsisten, institusional, berwibawa, teduh, dan mapan. *Atmospheric ambience blue* mengartikan visioner, fleksibel, dan modern.

Sincere true yellow mengartikan melayani kekeluargaan, tumbuh, dan berkembang.



Gambar 4.1 Logo Bank BJB KCK Banten

Sumber: BJB KCK Banten

4.1.2 Visi dan Misi PT Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk

Visi, Misi, dan Nilai dari PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk yaitu :

1. Visi Perusahaan

Menjadi layanan prioritas yang dapat diandalkan dalam memberikan solusi keuangan dan layanan profesional yang terpercaya

2. Misi Perusahaan

- a. Dengan sumber daya manusia yang kompeten memberikan layanan personal kepada nasabah yang lebih berkualitas dan terpercaya.
- b. Memberikan fasilitas layanan finansial maupun non-finansial yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- c. Menyediakan program-program bermanfaat untuk meningkatkan layanan nasabah.

3. Nilai-nilai budaya perusahaan (*corporate values*) yang telah dirumuskan yaitu *Go Spirit* yang merupakan perwujudan dari *Service Excellence, Professionalism, Integrity, Respect, Innovation, Trust* yang dijabarkan dalam 12 perilaku utama yaitu :

- a. *Service excellence*

- i. Fokus pada nasabah.
 - ii. Proaktif dan cepat tanggap dalam memberikan layanan bernilai tambah.
- b. *Professionalism*
 - i. Bekerja efektif, efisien, dan bertanggung jawab.
 - ii. Meningkatkan kompetensi untuk menghasilkan kinerja terbaik.
- c. *Integrity*
 - i. Jujur, disiplin, dan konsisten.
 - ii. Memahami dan melaksanakan ketentuan yang berlaku.
- d. *Respect*
 - i. Menghormati dan menghargai serta terbuka terhadap perbedaan.
 - ii. Memberi dan menerima pendapat yang positif dan konstruktif.
- e. *Innovation*
 - i. Kreatif dan inovatif untuk memberikan solusi terbaik.
 - ii. Melakukan perbaikan berkelanjutan.
 - iii. Berperilaku positif dan dapat dipercaya.
 - iv. Membangun sinergi untuk mencapai tujuan perusahaan.

4.1.3 Produk dan Layanan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk

Inovasi produk dan layanan yang diterbitkan oleh Bank BJB dibagi menjadi kategori, yaitu:

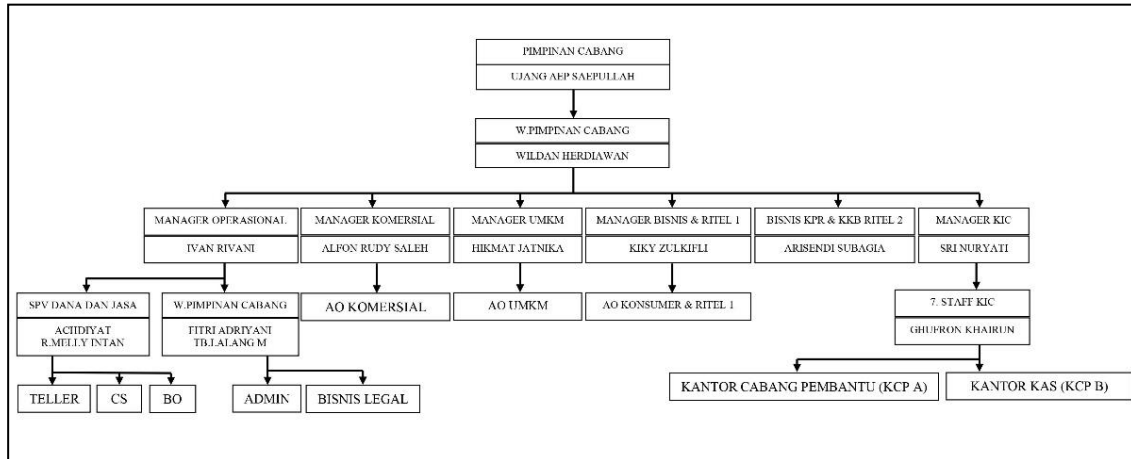
1. Tabungan
 - a. BJB Tandamata;
 - b. BJB Tandamata Purnabakti;
 - c. BJB Tandamata *Gold*;
 - d. BJB Tandamata *MyFirst*;

- e. BJB Tandamata Dollar;
 - f. BJB Tandamata Bisnis;
 - g. BJB Tandamata Berjangka;
 - h. Simpeda;
 - i. TabunganKu;
 - j. BJB SimPel;
 - k. BJB SiMuda Investasiku;
 - l. BJB Tandamata SiMuda.
2. Deposito
- a. BJB Desposito Berjangka Umum;
 - b. BJB Deposito Suka-suka;
 - c. BJB Deposito Valas;
 - d. BJB Deposito Diskonto.
3. Giro
- a. BJB Giro Perorangan;
 - b. BJB Giro Valas.
4. Kredit
- a. BJB Kredit Guna Bhakti;
 - b. BJB Kredit Pra Purna Bhakti;
 - c. BJB Kredit Purna Bhakti;
 - d. BJB Back to *Back Loan*;
 - e. BJB KPR;
 - f. BJB KPR Sejahtera FLPP (KPR Bersubsidi);
 - g. BJB KPR Gaul (Griya Untuk Milenial).
5. Produk Konsumer Banking lainnya

- a. DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan);
 - b. BJB BISA;
 - c. BJB *Wealth Management*;
 - d. BJB *Wealth Management Bancassurance*;
 - e. BJB *Wealth Management* Reksadana.
6. Treasury
- a. Kustodian dan Wali Amanat;
 - b. *Dealing Room*.
7. Produk Untuk Bisnis Kecil dan Mikro
- a. BJB Kredit Mikro Utama;
 - b. Kredit Usaha Kecil Menengah;
 - c. Kredit Usaha Rakyat;
 - d. BJB Skema Subsidi Resi Gudang (S-SRG);
 - e. Kredit BJB Mesra (Masyarakat Ekonomi Sejahtera);
 - f. Pembedayaan Ekonomi Masyarakat Terpadu (PESAT).
8. *International And Transaction Banking*
- a. BJB *Remittance*;
 - b. BJB *Trade Finance and Service*.

4.1.4 Struktur Organisasi dan Tata Kelola

Sebuah perusahaan mempunyai struktur organisasi berfungsi untuk menggambarkan interaksi, tugas dan tanggung jawab setiap bagian atau posisi yang diduduki oleh seorang karyawan. Dalam struktur organisasi tersebut terdapat alur perintah yang mengidentifikasi jabatan pekerjaan dan tanggung jawab setiap karyawan atas semua kegiatan kerja maupun komunikasi dengan unit lain dalam ruang lingkup perusahaan tersebut. Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten, Tbk. Kantor Cabang Khusus Banten.



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank BJB KCK Banten

Sumber: BJB KCK Banten

Berdasarkan pada Gambar 4.2 terdapat beberapa penjelasan untuk *job desc* yang terdapat pada sturuktur organisasi, yaitu :

1. Pimpinan Cabang

Memiliki tugas dalam membuat dan menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh manajemen, serta mengarahkan bawahan untuk mengembangkan kegiatan organisasi di Kantor Cabang untuk mencapai tingkat dan volume aktivitas pemasaran kantor, operasional dan pelayannya operasional Kantor Cabang secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang tealh ditetapkan.

2. Wakil Pimpinan Cabang

Bertugas untuk mengelola aktivitas perusahaan dengan baik dan mencari solusi setiap masalah yang akan dihadapi.

3. Manager Oprasional

Bertugas untuk membantu pimpinan cabang untuk mempersiapkan rencana kerja anggaran berdasarkan capaian tujuan bisnis yang telah ditetapkan, serta memastikan semua layanan seperti kas, layanan keuangan dan layanan pinjaman,

hingga aktivitas *back office* yang sudah ditetapkan dengan ketentuan untuk menghindari resiko yang bisa saja terjadi.

4. Manager Komersial

Bertugas untuk mengeleminasi pengeluaran operasional yang tidak penting, memberikan penilaian kinerja secara objektif dan memberikan *feedback* positif maupun negatif untuk meningkatkan kinerja pegawai, menyetujui pembayaran transaksi kliring, menetapkan pembagian tugas kepada pegawai yang menjadi tanggung jawab penyediaannya dan melakukan keputusan sesuai kewenangan serta arahan dari direksi.

5. Manager UMKM

Bertugas untuk mengevaluasi hasil identifikasi serta analisis peluang pasar, mengevaluasi proses pengajuan kredit, mengevaluasi proses monitoring kinerja penyaluran kredit, mengevaluasi penerapan manajemen resiko unit kerja dan melakukan penerapan manajemen risiko unit kerja.

6. Manager Bisnis & Ritel

Bertugas melaksanakan dan mengevaluasi serta analisis penyusunan rencana serta strategi pemasaran berikut tindak lanjut atas strategi pemasaran, memastikan terlaksananya proses pengajuan hingga keputusan sesuai dengan ketentuan dengan menerapkan prinsip kehati-hatian dan melakukan pengembangan potensi bisnis perbankan berupa *funding* dan *lending*.

7. Manager Bisnis KPR & KKB

Bertugas memberikan usulan pelunasan jaringan kerjasama dengan pihak ketiga seperti *payroll* dan *cash management*, melakukan penyelamatan kredit, melakukan kerjasama dengan mitra kredit dan memberikan keputusan kredit yang diajukan nasabah.

8. Manager Kontrol Internal Cabang

Bertugas untuk mengelola pelaksanaan sistem serta prosedur Kontrol Pimpinan

Cabang, membantu Pimpinan Cabang dalam merencanakan serta melaksanakan pengendalian hingga pengawasan atas proses kegiatan harian, mengelola seluruh buku perusahaan (sistem dan prosedur) dan membentuk Buku Pedoman Perusahaan.

9. Supervisor Dana & Jasa

Bertugas untuk menyediakan data nasabah serta mengelola administrasi dan dokumen dana dan jasa sesuai peraturan perbankan yang berlaku, dan melakukan layanan operasional serta administrasi dana dan jasa sesuai dengan peraturan perbankan yang berlaku.

10. Account Officer Komersial

Bertugas untuk melaksanakan strategi pemasaran, pengembangan dan pembinaan segmen bisnis komersial, berikut evaluasi bulanan sesuai ketentuan yang berlaku, mencari nasabah atau calon nasabah, memasarkan produk kredit serta melakukan trade Checking dan BI Chaking calon debitur dengan menerapkan prinsip kehati-hatian untuk mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.

11. Account Officer UMKM

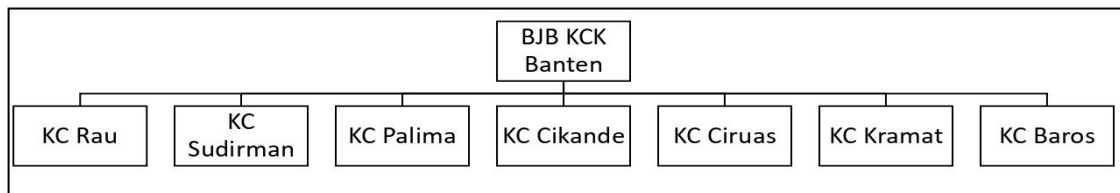
Bertugas untuk melakukan identifikasi dan evaluasi berdasarkan analisis peluang pasar, melakukan penerapan manajemen resiko unit kerja, mengevaluasi proses pengajuan kredit serta penerapan manajemen resiko unit kerja dan melakukan evaluasi proses monitoring kinerja peyaluran kredit.

12. Account Officer Konsumer & Ritel

Bertugas mengkoordinasi dengan manajer bisnis konsumen terkait pencapaian target, mencari dan menghubungi nasabah yang akan melakukan pengajuan kredit, menghubungi calon nasabah yang akan melaksanakan akad kredit, mengecek dan menganalisis trade checking calon nasabah, melakukan akad kredit dan mendatangi setiap dokumen yang menyertakan AO, mengajukan rekomendasi kredit, melakukan kunjungan kepada calon nasabah.

13. Staff Kontrol Internal Cabang

Bertugas untuk memberikan saran perbaikan kepada Manager Kontrol Internal Cabang untuk kegiatan pemeriksaan manajemen disemua tingkatan, melakukan pengujian serta evaluasi pelaksanaan pengendalian internal, membuat laporan hasil audit, laporan tersebut akan disampaikan kepada Pimpinan Cabang dan bekerjasama dengan Manager Kontrol Internal Cabang terkait dengan pengendalian internal.



Gambar 4.3 Struktural Perusahaan Bank BJB KCK Banten

Sumber: BJB KCK Banten

Setiap Kantor Cabang BJB yang berada dibawah struktural BJB KCK Serang memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut :

1. Tugas Kantor Cabang

- a. Mengarahkan ketika proses pengajuan keputusan kredit berikut pembinaan dan pemantauan kinerja kredit dalam rangka penyelamatan kredit;
- b. Mengarahkan ketika penyusunan *market mapping* dan *market opportunity*;
- c. Mengarahkan dan mengkoordinasikan pengelolaan aktivitas *cash management*;
- d. Melakukan persetujuan atau keputusan kredit dan keputusan bisnis;
- e. Mengarahkan ketika penyusunan rencana kerja dan anggaran unit kerja berikut pengelolaan anggarannya;
- f. Mengelola penerapan manajemen risiko unit;
- g. Mengarahkan ketika penyusunan laporan terkait ruang lingkup unit kerja kepada manajemen dan regulator.

2. Wewenang Kantor Cabang

- a. Memberikan penilaian kerja secara objektif;
- b. Memberikan penandatanganan perjanjian kredit maupun perjanjian bisnis lain;
- c. Memberikan feedback positif maupun negatif untuk meningkatkan kinerja pegawai;
- d. Menetapkan pembagian tugas serta penegakan disiplin kepada pegawai yang menjadi tanggung jawab penyeliaan;
- e. Menyampaikan rekomendasi pengembangan pegawai.

4.2 Data Pembahasan

4.2.1 Analisis SWOT Produk KPR Gaul pada Bank BJB KCK Banten

Analisis SWOT merupakan matriks untuk menggambarkan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi bank BJB KCK Banten. Setelah melakukan penelitian, baik dengan cara wawancara maupun observasi lapangan, peneliti memperoleh data-data yang kompleks. Hasil analisis yang akan dijabarkan sejalan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori analisis swot yang terdiri atas lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan diuraikan sebagaimana berikut ini :

1. *Strenghts* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki KPR Gaul Bank BJB KCK Serang terletak pada syarat-syarat pengajuan yang cukup mudah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nofan Ferdinan dengan jabatan *Account Officer* KPR &KKB, menyatakan bahwa:

“Keunggulan dari KPR Gaul antara lain bunga kompetitif, *down payment* 0%, bebas biaya administrasi”

Hal yang sama juga dilengkapi oleh Bapak Anas selaku *Account Officer* KPR &KKB menyatakan bahwa:

“Keunggulan KPR Gaul adanya diskon 5% untuk biaya administrasi, akseptasi LTV (*loan to value*) sampai dengan 100%, jangka waktu hingga

25 Tahun”

“Keunggulan KPR Gaul tidak perlu bekerjasama dengan developer, sedangkan di bank lain harus bekerjasama dengan developer, jangka waktu yang panjang hingga 25 tahun, persyaratan mudah serta proses cepat, *discount* biaya provisi 25%, dan minimal penghasilan 3 juta sudah termasuk *join income*”

Lebih lanjut Ibu Fitri selaku Administrasi Kredit menyatakan bahwa:

“KPR Gaul merupakan produk perbankan yang dimiliki Bank BJB KCK Banten yang dibuat khusus untuk generasi millennial dan generasi z, produk kami (KPR Gaul) cukup jarang dimiliki oleh bank kompetitor”

Berdasarkan pemaparan narasumber KPR Gaul memiliki banyak kekuatan seperti: bunga kompetitif, *down payment* 0%, bebas biaya administrasi, diskon 5% untuk biaya administrasi, akseptasi LTV (*loan to value*) sampai dengan 100%, jangka waktu hingga 25 Tahun, tidak perlu bekerjasama dengan developer, persyaratan mudah serta proses cepat, *discount* biaya provisi 25%, dan minimal penghasilan 3 juta termasuk *join income*. Dengan demikian KPR Gaul memiliki banyak kekuatan sebagaimana yang telah disebutkan oleh narasumber diatas.

Menurut (Habib Rizky & Mirsyah Affandy Nasution, 2023) kegiatan promosi berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengajukan KPR yang setara dengan kebutuhan dan keinginannya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan bagi produk KPR Gaul Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fitri selaku Administrasi Kredit menyatakan bahwa:

“Jumlah SDM yang menangani KPR Gaul BJB KCK Banten hanya 4 orang”

Lebih lanjut Bapak Lalang selaku Supervisor menyatakan bahwa:

“Adanya anggunan yang dijaminan untuk mengajukan KPR Gaul, sedangkan kredit konsumen tidak membutuhkan anggunan, sehingga KPR Gaul merupakan sebuah opsi terakhir”

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat (Diana Sari, 2021) yang menyatakan bahwa agunan berpengaruh pada keputusan nasabah dalam pengambilan kredit secara signifikan.

Lebih lanjut bapak lalang menambahkan bahwa terdapat kelemahan yang bersumber dari eksternal perusahaan, yaitu :

“Pada KPR Gaul sering ditemukan beberapa masalah yang bersumber dari calon nasabah seperti: BI checking yang bermasalah, tidak memiliki slip gaji”

Nofan Ferdinan dengan jabatan *Account Officer* KPR &KKB, menyatakan bahwa:

“Syarat pengajuan KPR Gaul harus merupakan pinjaman pertama, sedangkan di Bank lain bisa untuk fasilitator (pinjaman) keberapapun ”

Dengan demikian KPR Gaul memiliki beberapa kelemahan seperti: Minimnya jumlah SDM yang menangani KPR Gaul, lalu adanya anggunan yang dijaminan untuk mengajukan KPR Gaul, Syarat pengajuan KPR Gaul harus merupakan pinjaman pertama. Selanjutnya terdapat pula permasalahan yang muncul dari calon debitur antara lain: BI checking yang bermasalah, tidak memiliki slip gaji.

Sumber kelemahan internal yang terdapat dalam Bank BJB KCK Banten adalah jumlah SDM yang menangani KPR Gaul, tentu hal tersebut harus diatasi segera. Lebih lanjut (Mohamad, 2017) mengemukakan bahwa untuk meningkatkan kualitas SDM perlu adanya pelatihan atau seminar sehingga dapat mengembangkan SDM yang lebih kompetitif, melakukan riset serta pengembangan untuk menambahkan jenis produk lainnya agar bisa meningkatkan laba, pembaharuan sarana dan prasarana yang akan berdampak positif dalam perkembangan usaha, memaksimalkan teknologi untuk melancarkan kegiatan karyawan supaya lebih mudah dan efisien, meningkatkan

kualitas SDM supaya dapat mengembangkan kualitas perusahaan, dengan menambahkan perlengkapan dan alat-alat yang kurang untuk meningkatkan kapasitas dan fasilitas yang ada di perusahaan.

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang bagi produk KPR Gaul Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fitri selaku Administrasi Kredit menyatakan bahwa:

“Peluang KPR Gaul yang tidak dimiliki oleh bank lain yaitu tidak ada ketentuan minimal jangka waktu kerja untuk mengajukan KPR Gaul, sedangkan produk perbankan lain terdapat minimal jangka waktu kerja, seperti minimal 5 tahun jangka waktu kerja baru bisa mengajukan KPR yang ditujukan untuk millennial”

“KPR Gaul Bank BJB telah melakukan kerjasama dengan event-event yang melibatkan anak muda, event-event digital dan mengikuti event yang dilakukan developer perumahan”

“KPR Gaul Bank BJB telah sejalan dengan kebijakan pemerintah terkait kemudahan kepemilikan rumah yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/2/PBI/2021”

Sejauh ini KPR Gaul telah melakukan beberapa upaya dan mengambil peluang-peluang pada event milenial untuk memasarkan produk KPR Gaul. beberapa di antaranya: event musik serta turut serta aktif pada media sosial Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok.

Opportunities pada produk KPR merupakan kekuatan internal perusahaan dalam meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan, yang diperkuat dengan pernyataan (Khabibah et al., 2021) bahwa dengan menentukan pasar milenial, ikut serta dalam event-event digital dan mengikuti event yang dilakukan developer perumahan adalah peluang yang dapat menarik perhatian konsumen. Kekuatan Bank BJB KCK Banten dalam melakukan *target market* generasi milenial dan

generasi z dipertegas oleh (Muhammad & Restu, 2023) yang dimana terdapat banyak peluang dalam komunikasi pemasaran yang belum didapat seperti masih rendahnya pemasaran produk dengan media internet dan online padahal generasi milenial merupakan generasi yang antusias digital minat beli, minat bertansaksi seringkali tercipta dari pemasaran digital melalui personal selling, personal selling memang menjadi sesuatu yang lumrah di industri jasa keuangan mengingat karakteristik produk yang perlu edukasi terlebih dahulu sebagai upaya stimulus bagi pelanggan.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman bagi produk KPR Gaul berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fitri selaku Administrasi Kredit menyatakan bahwa:

“Memang ada bank lain yang menawarkan produk yang hampir mirip dengan KPR Gaul, namun mereka tidak banyak memasarkannya, yang saya tau itu ada KPR Gaess dari Bank BTN, bedanya dengan KPR kita tenornya bisa lebih lama, syaratnya ada batas minimal menjadi pegawai tetap baru bisa mengambil KPR Gaess”

“Selanjutnya ada BNI Griya, bedanya dengan KPR Gaul yaitu kalau KPR Gaul gratis administrasi, kalau BNI Griya ada biaya administrasi antara 700 ribu sampai 2 juta. Selain itu ada juga Livin KPR dari Bank Mandiri dengan planfond mulai dari 200 juta hingga 3 miliar”

Berdasarkan hasil wawancara di atas adanya beberapa ancaman pada KPR Gaul yaitu banyaknya produk serupa yang ditawarkan oleh Bank lain khusus untuk milenial. Dalam hal ini Calon debitur memiliki banyak pilihan dalam mewujudkan impian memiliki rumah. Sehingga peluang untuk mendapatkan debitur yang dimiliki oleh KPR Gaul lebih sedikit.

Banyak bank lainnya yang mengeluarkan produk serupa KPR Gaul sehingga perlu adanya analisis market yang dilakukan oleh Bank BJB baik *market share* pesaing maupun secara keseluruhan. Hal ini diperkuat oleh pendapat (Hilfiya, 2018) yang

menyatakan untuk mengetahui besarnya pasar yang dikuasai (*market share*) pesaing dapat dilakukan dengan segmen pasar yang dimasuki. Perlu adanya estimasi besarnya pasar dan *market share* masing-masing pesaing. *Market share* yang perlu diketahui adalah untuk masa sekarang serta dimasa yang akan datang, baik yang dikuasai pesaing maupun secara keseluruhan.

Tabel 4.1 Analisis SWOT Produk KPR Gaul

Internal Eksternal	Strength (S) 1. Tidak perlu bekerjasama dengan developer perumahan 2. Akseptasi LTV (<i>loan to value</i>) sampai dengan 100%, 3. Jangka waktu hingga 25 Tahun 4. Persyaratan mudah serta proses cepat	Weakness (W) 1. Jumlah SDM yang menangani KPR Gaul BJB KCK Banten hanya 4 orang 2. Aktivitas pemasaran belum optimal 3. Pengembangan SDM yang tersedia belum tertuju pada keunggulan komparatif dibandingkan bank pesaing
	Opportunity (O) 1. Tidak ada ketentuan minimal jangka waktu kerja untuk mengajukan KPR Gaul 2. Melakukan inisiatif untuk menentukan target nasabah melalui kerjasama event 3. Sejalan dengan kebijakan Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/2/PBI/2021	Strategi SO 1. Produk yang ditawarkan dapat menjangkau generasi milenial 2. Persyaratan yang ditentukan cukup mudah 3. <i>Brand image</i> yang baik berpengaruh kepada minat debitur
	Threat (T) 1. Adanya produk KPR dari bank lain yang serupa dengan KPR Gaul 2. Persaingan antara bank lain dalam melakukan pemasaran kredit untuk generasi milenial dan generasi z semakin tajam 3. Strategi bisnis yang mudah ditiru	Strategi ST 1. Inovasi pemasaran KPR Gaul secara terintegrasi guna menghadapi KPR dari bank lain yang serupa dengan KPR Gaul
		Strategi WO 1. Mengoptimalkan pemasaran dengan meningkatkan jumlah SDM 2. menentukan kualifikasi SDM sesuai dengan bidang yang dibutuhkan 3. Promosi produk melalui event-event yang menjangkau kaum milenial
		Strategi WT 1. Memperbaiki struktural internal yang menanganai KPR Gaul dengan merektur SDM yang kompeten berdasarkan gelar akademik

Sumber : Data diolah penulis (2024)

4.2.2 Kebijakan Yang Diterapkan Oleh Bank BJB KCK Banten Dalam Mengembangkan Produk KPR Gaul

Kebijakan yang diimplementasikan Bank BJB KCK Banten yang menerima nasabah/debitur berdasarkan pada prinsip 5C sebagaimana yang dikemukakan (Fahmi, 2012) yang bertujuan untuk kelayakan pembiayaan dan mencegah kemungkinan kegagalan dalam pelaksanaan pembiayaan, yang kemudian peneliti analisis dengan hasil penelitian dengan hasil sebagai berikut:

1. *Character*

Karakter merupakan penilaian yang dilakukan oleh Bank BJB KCK Serang dalam menilai pemohon yang akan mengajukan KPR Gaul. Penilaian karakter berkaitan dengan psikologi pemohon, seperti riwayat keuangan, cara hidup yang dijalani, latar belakang dan lain-lain. Adapun yang menjadi pertimbangan *account officer* yaitu sebagai berikut:

- a. Melihat daftar riwayat hidup debitur dengan cara mewawancarai calon debitur secara langsung dan bertanya kepada masyarakat dilingkungan tempat tinggalnya.
- b. Mengecek persyaratan pendukung seperti KTP dan KK
- c. Mengecek dari data slip/ *BI checking*
- d. Meneliti reputasi calon debitur dilingkungan tempat kerjanya
- e. Mencari informasi apakah calon debitur terlibat dalam suatu permasalahan misalnya perampokan, perjudian, dan lain-lain
- f. Mengecek informasi dari Bank lainnya untuk memastikan apakah calon debitur masih mempunyai pinjaman di Bank lainnya atau tidak.

2. *Capacity*

Pengukuran *Capacity* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan Historis, dapat dilihat dalam mengelola usaha yang dimiliki calon debitur apakah calon debitur gagal atau mengalami kemajuan, dan dalam kredit dapat dilihat apakah nasabah tersebut mampu membayar kreditnya atau tidak.
2. Pendekatan finansial, dapat dilihat dari laba/rugi usaha calon debitur (jika memiliki usaha sendiri).

3. Dapat dilihat dari pendapatan bersih calon debitur setiap bulannya. jika kredit yang diberikan adalah untuk pembiayaan barang konsumsi, maka penilaian *capacity* calon debitur didasarkan pada pekerjaan yang sedang berjalan. Hal ini memungkinkan Bank untuk menilai apakah calon debitur mampu memenuhi kewajibannya kepada Bank.

contoh penilaian *capacity* adalah sebagai berikut: seorang nasabah ingin mengajukan kredit sebesar Rp. 500.000.000,00 akan tetapi setelah dilakukan survey penghasilan bulanan nasabah hanya Rp.6.000.000,00. Untuk solusi permasalahan ini pihak Bank akan mempertimbangkan kembali pengajuan kredit dari nasabah dengan syarat plafond pinjamannya akan turun.

3. *Capital*

Bank akan melihat dari jumlah asset, dana atau modal yang dimiliki oleh calon debitur. Bank juga akan melakukan survei untuk dapat menilai apakah dana atau modal yang tertera sesuai dengan laporan keuangan calon debitur tersebut atau tidak.

4. *Collateral*

Barang yang dapat dijadikan jaminan atau agunan disini adalah sesuatu yang memiliki nilai yang lebih dari pinjaman yang akan diajukan serta tidak ditemukan adanya kecurangan dari calon debitur dalam data jaminan atau agunan tersebut. Misalnya seperti agunan bergerak atau tidak bergerak, agunan bergerak seperti kendaraan yang meliputi motor, mobil, kapal, pesawat dan lainnya tetapi Bank tidak hanya memberikan kendaraannya saja akan tetapi Bank akan meminta surat-surat kendaraan seperti BPKB, STNK, agunan tidak bergerak itu seperti emas, mesin-mesin pabrik, tanah, dan lain sebagainya.

5. *Condition of Economy*

Dilihat dari segi asset yang dimiliki oleh calon debitur dan juga dilihat dari segi kondisi ekonominya. Jika ditemukan asset nasabah tersebut masih dalam angsuran, dan dari segi ekonominya kurang baik maka solusi Bank BJB untuk permasalahan ini yaitu menolak kredit yang diajukan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi pembiayaan produk KPR Griya Untuk Milenial (Gaul) pada PT BJB KCK Banten, maka penulis menyimpulkan bahwa :

1. Teknik analisis SWOT Produk KPR Gaul pada Bank BJB KCK Banten bertujuan untuk memetakan situasi dalam memasarkan produk KPR Gaul. Apabila melihat dari segi kekuatan, peluang, ancaman serta peluang dapat disimpulkan bahwa minimnya jumlah SDM yang menangani KPR Gaul, lalu adanya anggapan yang dijamin untuk mengajukan KPR Gaul, Syarat pengajuan KPR Gaul harus merupakan pinjaman pertama. Selanjutnya terdapat pula permasalahan yang muncul dari calon debitur antara lain: BI checking yang bermasalah, tidak memiliki slip gaji, sehingga perlu adanya inovasi dalam pemasaran produk KPR Gaul agar dapat berjalan secara optimal seperti peningkatan kualitas dan kuantitas yang menangani KPR Gaul dengan cara merekrut SDM yang kompeten berdasarkan gelar akademik, peningkatan promosi agar dapat menjangkau generasi milenial, selain itu Produk KPR Gaul perlu meningkatkan *brand image* agar dapat mempengaruhi minat nasabah/debitur.
2. Dalam mengimplementasikan kebijakan oleh Bank BJB KCK Banten untuk memasarkan produk KPR Gaul berdasarkan indikator 5C, yaitu *Character* dengan melihat riwayat keuangan, *Capacity* dengan memahami debitur dalam mengelola keuangan, *Capital* yaitu bank akan menilai asset, dana atau modal yang dimiliki oleh calon debitur, *Collateral* yaitu bank akan menilai barang yang akan dianggunkan dan *Condition of Economy* berdasarkan kondisi ekonomi yang dimiliki oleh calon debitur. Indikator 5C bertujuan untuk kelayakan pembiayaan dan mencegah kemungkinan kegagalan dalam pelaksanaan pembiayaan.

5.2 Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu terkait implementasi pembiayaan pada produk KPR Gaul. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa perbaikan struktural internal SDM berdasarkan kompetensi gelar akademik menjadi faktor penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. 3 elemen implementasi menjadi acuan dalam penelitian ini dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nasabah dalam konteks kredit kepemilikan rumah dengan memperbaiki struktural internal SDM dapat mempengaruhi peningkatan minat nasabah.

5.2.2. Implikasi Praktik

Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh Bank BJB KCK Banten untuk meningkatkan minat nasabah KPR Gaul dan solusi daripada resiko yang telah terjadi. Bank BJB KCK Banten dapat melakukan evaluasi strategi marketing dan peningkatan kualitas SDM. Dengan demikian, Bank BJB KCK Banten dapat mencapai target pasar (generasi milenial dan generasi Z) sehingga dapat memenuhi capaian jumlah nasabah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada implementasi Produk KPR Gaul Bank BJB dalam melakukan pemasaran produk untuk mendapatkan nasabah pada wilayah kerja KCK Banten yang meliputi KC Rau, KC Sudirman, KC Palima, KC Cikande, KC Ciruas, KC Kramat dan KC Baros. Penelitian ini tidak membahas produk-produk yang diterbitkan Bank BJB, atau membandingkan produk KPR bank lain.
2. Jumlah responden hanya 5 orang, dikarenakan jumlah NOA (*number of account*) KPR Gaul pada tahun 2024 hanya 3 nasabah.

3. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman produk KPR Gaul dari responden sehingga informasi yang diberikan responden tidak menunjukkan pendapat yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda pada setiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam mengisi kuesioner.

5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Berikutnya

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian mengenai implementasi pembiayaan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) pada PT BJB KCK Banten, dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya tentang analisis SWOT yang dilakukan Bank BJB KCK Banten dalam memasarkan produk KPR Gaul, adapun saran bagi penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah dengan metode lainnya pada implementasi pembiayaan KPR Gaul.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat melihat peluang yang ada dimasyarakat sehingga bisa merubah ancaman yang ada menjadi peluang yang berdampak positif bagi Bank BJB KCK Banten.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

- Annisa, S., Sobari, N., & Usman, H. (2021). Intensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Sosains Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(8), 853–867. <https://doi.org/10.36418>
- Defitri, Asriani, N., & Izha Lutfiyani, A. (2023). Home Ownership Loan Application Procedure (Kpr) Griya For Millenials (Gaul) At PT Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk Kramatwatu. *Review of Accounting and Taxation*, 2(1), 59–71. <https://doi.org/10.61659>
- Delvina Wijaya, D., & Anastasia, N. (2021). Pertimbangan Generasi Milenial Pada Kepemilikan Rumah Dan Kendala Finansial. *Jurnal Manajemen Aset Dan Penilaian*, 1(2), 11–20.
- Diana Sari, M. (2021). Analisis Pengaruh Suku Bunga, Promosi, dan Agunan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit di BPR Aswaja Ponorogo. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 15(2), 34–46. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/6783>
- Fuad Zis, S., Effendi, N., & Ronaning Roem, E. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan generasi Z di Era Digital. *Sawtika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Habib Rizky, M., & Mirsyah Affandy Nasution, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah KPR Subsidi. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 4(2), 176–192. <https://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/article/view/92/83#>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Khabibah, S., Juniawati, R., & Robbani, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran (Pameran, Personal Selling, dan Iklan Media Online) Dalam Mendorong Penjualan Properti di Palm One Residence. *Vudicious Journal of Management*, 2(2), 92–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.37010/jdc.v2i2.220>
- Mohamad, R. N. I. (2017). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada PD BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 40–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.17>
- Muhammad, W. H., & Restu, A. S. (2023). Determinan Minat Beli KPR Generasi Urban Milenial di Kota Bandung. *JRIE (Jurnal Riset Ilmu Ekonomi)*, 3(1), 47–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jrie.v3i1.47>
- Palit, D. D., Tulus, F. M. ., & Palar, N. (2022). Implementasi Program Bantuan Dana Dan Sembako Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Desa Kaasar Kecamatan Kauditan. *Jurnal Administrasi Publik, Vol. VIII*(133), 12–20.
- Rahima, A. (2020). Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah Terhadap Pembiayaan

Pemilikan Properti Residensial di Indonesia. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(1), 1–9. [https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(1\).1-10](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(1).1-10)

Sutojo, A. (2015). Pengaruh pelaksanaan kebijakan atau aturan terhadap pelayanan sektor publik di kelurahan purwodadi kecamatan arga makmur kabupaten bengkulu utara. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 4(2), 1–11.

Yudi Lestari, S. (2020). Prosedur Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Milenial Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Surabaya Pemuda. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*.

Buku

Andrianto, & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Penerbit Qiara Media.

Fahmi, I. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan : Panduan Bagi Akademisi, Manajer, Dan Investor untuk Menilai Dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan*. Penerbit Alfabeta.

Firdaus, A., & Ariyanti, M. (2011). *Manajemen Perkreditan Bank Umum: Teori, Masalah, Kebijakan, dan Aplikasinya lengkap Dengan Analisis Kredit*. Penerbit Alfabeta.

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., & Rahmanul Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (1st ed.). Pustaka Ilmu Grup.

Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.

Kasmir. (2018). *Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi 2014* (14th ed.). Raja Grafindo persada.

Mudrajad, K. (2002). *Manajemen Perbankan : Teori dan Aplikasi* (1st ed.). BPFE Yogyakarta.

Philip, K., & Lane Keller, K. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.

Sarwono, J. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

Soediyono, R. (1992). *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Umum : Penempatannya di Indonesia* (1st ed.). BPFE Yogyakarta.

Triandaru, S., & Budisantoso, T. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (2nd ed.). Penerbit Salemba Empat.

Winarno, B. (2016). *Kebijakan Publik Era Globalisasi : Teori, proses dan Studi Kasus Komparatif* (2016th ed.). Center of Academic Publishing Service.

Skripsi/Thesis/Disertasi

Afifah, R. (2022). *Prosedur Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya*. Universitas Siliwangi.

Delvina, A. (2021). *Strategi Pengembangan Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Nasabah Tabungan IB Masalah Bank Jabar Banten Syariah di Provinsi Jawa Barat*. Universitas Islam negeri Gunung Djati Bandung.

Filza Thriyandha, M. (2023). *Analisis Pemahaman Tentang Sistem KPR Syariah*

- Pada Masyarakat Muslim Di Perumahan Grand Paramount*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Hapizi, W. (2022). *Mekanisme Peberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Primary Pada PT Bank BJB Cabang Balaraja*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Heriyanti, Y., Nurjalal, Rusydi, & Nirma, L. (2021). *Implementasi Pembinaan dan Pengawasan Pemerintah Terhadap Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman Menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman*. Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.
- Hilfiya, S. (2018). *Strategi Pemasaran KPR BNI Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Antar Bank* [Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta]. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40393/1/SARAH HILFIYA-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40393/1/SARAH%20HILFIYA-FEB.pdf)
- Mardianto. (2019). *Peran guru Di Era Digital Dalam Mengembangkan Self Regulated Learning Siswa Generasi Z Untuk Pencapaian Hasil Pembelajaran Optimal*.
- Meitriana, T. (2022). *Tinjauan Strategi Pemasaran Kredit Pada PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Lodaya Bandung*. Universitas Sangga Buana YPKP.
- Nijmah Az-Zahra, N. (2023). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk. Kantor Cabang Cilegon*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Website**
- Bank Indonesia. (2024). *Survei Perbankan Triwulan IV 2023 : Penyaluran Kredit Baru Terindikasi Meningkat*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_261524.aspx
- BJB, B. (2023). *BJB Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)*. <https://www.bankbjb.co.id/product/bjb-kredit-kepemilikan-rumah>
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan, 1.
- Yuswohady. (2016). *Millennial Trends*. [http://www.yuswohady.com/2016 /01/17/millennial-trends-2016/](http://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/)

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Instrumen Penelitian

Draft Wawancara *Supervisor*

Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk
Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten

Hari/Tanggal : Senin, 2 September 2024

Durasi waktu wawancara : 30 Menit

Nama Narasumber : Lalang

1. Alasan KPR Gaul kurang diminati?

Adanya anggunan yang dijaminan sedangkan kredit konsumen tidak membutuhkan anggunan, dan KPR Gaul merupakan sebuah opsi

2. Bagaimana strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh Bank BJB?

Konsep marketing mix yang diterapkan oleh Bank BJB menggunakan 7p yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process* dengan menawarkan produk-produk berikut: Bjb KPR Flexi, Bjb KPR Sejahtera FLPP, Bjb KPR TAPERA, Bjb KPR Gaul, dan Bjb KPR Lelang.

3. Permasalahan apa yang sering ditemukan pada calon debitur KPR Gaul?

Permasalahan yang sering muncul adalah slip gaji, karena tidak semua orang memiliki slip gaji dan pekerjaan tetap, Pemohon tidak lolos BI checking,

4. Bagaimana solusi yang dilakukan apabila ada nasabah yang mengalami kredit macet?

Bank berhak melakukan penyitaan, pelelangan, atau over kredit.

Draft Wawancara Administrasi Kredit

Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten

Hari/Tanggal : Senin, 20 Agustus 2024

Durasi waktu wawancara : 30 Menit

Nama Narasumber : Fitri Adriyani

1. Bisakah anda jelaskan Produk KPR Gaul?

KPR Gaul di Bank BJB ditujukan untuk milenial yang baru bekerja dengan syarat pegawai tetap, minimal usia 19-35 tahun, kelebihan KPR Gaul tidak ada DP, bebas administrasi, diskon provisi

2. Bagaimana perbandingan Produk KPR Gaul dengan produk sejenis yang ditawarkan bank lain?

Memang ada bank lain yang menawarkan produk yang hampir mirip dengan KPR Gaul, namun mereka tidak banyak memasarkannya, yang saya tau itu ada KPR Gaess dari Bank BTN, bedanya dengan KPR kita tenornya bisa lebih lama, syaratnya ada batas minimal menjadi pegawai tetap baru bisa mengambil KPR Gaess

Bedanya KPR Gaul dengan BNI Griya, kalau KPR Gaul gratis administrasi, kalau BNI Griya ada biaya administrasi antara 700 ribu sampai 2 juta

Selanjutnya Mandiri dengan planfond mulai dari 200 juta hingga 3 miliar

3. Menurut anda kelebihan apa yang dimiliki oleh KPR Gaul dibandingkan dengan bank lain?

Kelebihannya lebih banyak pemasaran yang ditujukan untuk milenial pada event-event yang diproses oleh BJB KPR

Kelebihan KPR Gaul dapat memudahkan generasi milenial untuk memiliki rumah sendiri tanpa harus menjadi pegawai tetap terlebih dahulu, tanpa biaya administrasi

4. Bagaimana kualifikasi SDM yang menangani KPR Gaul?

Yang menangani KPR Gaul di BJB KCK Banten ada 4 orang, dan 3 diantaranya merupakan generasi milenial

5. Bagaimana strategi pemasaran KPR Gaul?

Strategi pemasaran dilakukan melalui event-event dan pemasaran digital melalui media sosial

6. Masalah apa yang sering dikeluhkan oleh nasabah/debitur dan bagaimana solusinya?

Sejauh ini KPR Gaul tidak ditemukan masalah, akan tetapi ditemukan beberapa masalah pada calon debitur seperti tidak memiliki penghasilan tetap

7. Bagaimana kebijakan pemerintah yang mendukung KPR Gaul?

Pemerintah sedang merancang peraturan yang ditujukan untuk anak muda agar memiliki rumah yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/2/PBI/2021

Draft Wawancara Account Officer

Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten

Hari/Tanggal : Senin, 20 Agustus 2024

Durasi waktu wawancara : 30 Menit

Nama Narasumber : Nofan Ferdinan dan Anas

1. Bagaimana skema plafond pinjaman KPR Gaul?

Skema Plafond harga SPR dari developer dikurangi DP besaran 5% sampai dengan 10 % = plafond yang diberikan bank

2. Bisakah anda jelaskan Produk KPR Gaul?

KPR Gaul merupakan produk Bank BJB yang dibuat khusus untuk anak muda (generasi milenial dan generasi z) agar bisa memiliki rumah

3. Bagaimana perbandingan Produk KPR Gaul dengan produk sejenis yang ditawarkan bank lain?

KPR Gaul : KPR Gaul rumah pertama

Diskon biaya administrasi 50%

Bunga sama dengan umum

Akseptasi LTV (*loan to value*) sampai dengan 100%

jangka waktu sampai dengan 25 tahun

Tanpa DP

KPR Bank lain : fasilitator keberapapun bisa

full biaya administrasi

LTV 95% sampai 90% = DP

jangka waktu 20 tahun

4. Menurut anda kelebihan apa yang dimiliki oleh KPR Gaul dibandingkan dengan bank lain?

KPR Gaul Bank BJB tidak harus bekerjasama dengan developer sedangkan bank lain harus bekerjasama dengan developer

5. Apa alasan KPR Gaul diminati oleh nasabah?

Diskon biaya administrasi 50%, Akseptasi LTV (loan to value) sampai dengan 100%, dan jangka waktu sampai dengan 25 tahun

6. Masalah apa yang sering dikeluhkan oleh nasabah/debitur dan bagaimana solusinya?

Syarat dan ketentuan tidak sesuai dengan pemohon yang mengajukan KPR primary

7. Bagaimana strategi pemasaran KPR Gaul?

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank BJB KCK Banten menggunakan *marketing mix* dengan menawarkan beberapa produk KPR, selanjutnya nasabah yang akan menentukan apa yang menjadi prioritasnya

8. Apa yang diinginkan oleh nasabah/debitur?

Adanya perubahan ketentuan batas usia pemohon

Adanya perubahan suku bunga dan biaya proses yang ringan

Kemudahan proses pengajuan KPR Gaul

9. Sejauh ini bagaimana minat calon nasabah/debitur terhadap produk KPR Gaul?

Progress tahun 2022 terdapat 21 debitur/nasabah, pada tahun 2023 terdapat 13 debitur/nasabah, dan pada 2024 terdapat 3 debitur/nasabah.

10. Bagaimana kebijakan pemerintah yang mendukung KPR Gaul?

Pemerintah telah membuat Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/2/PBI/2021 yang memudahkan anak muda untuk memiliki rumah

11. Hal apa yang dapat mengganggu keberlangsungan KPR Gaul?

Kekurangan dari segi bank terhadap fasilitas BJB KPR Gaul

Mengurangi pendapatan bank dari biaya proses

Resiko lebih besar karena plafond yang diberikan sampai dengan 100%

12. Hal apa yang perlu ditingkatkan untuk mendapatkan nasabah/debitur?

Melakukan pendekatan dengan calon debitur

Membuat konten promosi di media sosial

Draft Wawancara Debitur/Nasabah

Implementasi Pembiayaan Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya Untuk Milenial (Gaul) Pada PT BJB KCK Banten

Hari/Tanggal : Senin, 2 September 2024

Durasi waktu wawancara : 30 menit

Nama Narasumber : Galuh Candra

1. Menurut nasabah/debitur apa kelebihan KPR Gaul?

Kelebihan KPR gaul yaitu diskon 50 % biaya administrasi, jangka waktu yang lama sampai dengan 25 tahun.

2. Menurut nasabah/debitur apa kekurangan yang dimiliki KPR Gaul?

Bunga relatif tinggi, resiko kenaikan suku bunga, tenor yang terlalu lama, adanya denda keterlambatan dalam melakukan pembayaran cicilan.

3. Apa alasan nasabah/debitur mengajukan KPR Gaul?

Proses cepat apabila syarat dan ketentuan terpenuhi, minimal penghasilan fixs income 3 jt bisa mengajukan KPR Gaul, tidak ada ketentuan lama bekerja.

4. Apa saja persyaratan yang diperlukan untuk mengajukan KPR Gaul?

Debitur berstatus WNI, berusia 21-35 tahun, berpenghasilan tetap 3 juta per bulan, Foto copy KTP pemohon suami atau istri, foto copy kk, foto copy akta menikah/Foto copy akta cerai/ surat pernyataan belum menikah, NPWP pribadi, slip gaji/surat keterangan penghasilan asli, foto copy tabungan 3 bulan terakhir, serta foto copy sertifikat tanah objek anggunan dan melampirkan IMB/IPMB/surat izin sejenis dari instansi setempat yang berwenang, dan PBB terakhir.

5. Kendala apa yang dialami pada saat mengajukan KPR Gaul?

Penolakan permohonan, BI checking bermasalah,

Lampiran 2 : Surat keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah

aufa			
ORIGINALITY REPORT			
11 %	11 %	6 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.fe.unj.ac.id Internet Source		2 %
2	library.polmed.ac.id Internet Source		2 %
3	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source		1 %
4	digilib.uns.ac.id Internet Source		1 %
5	eprints.uny.ac.id Internet Source		1 %
6	eprints.umg.ac.id Internet Source		1 %
7	dspace.uii.ac.id Internet Source		1 %
8	repositori.unsil.ac.id Internet Source		1 %
9	islamicmarkets.com Internet Source		1 %

Lampiran 3 : Riwayat Hidup Penulis**1. Identitas Diri**

Nama : Ilham Aufa Syuhada
Tempat, Tanggal Lahir : Serang, 19 April 2002
NIM : 20213024
Alamat : Permata Banjar Asri B7 No 118, Serang - Banten
No. Tlpn : 08111797056
E-mail : ilhamaufasyhd19@gmail.com
Program Studi/Fakultas : Analisis Keuangan/Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Islam Indonesia

2. Riwayat Pendidikan

SDN 02 Kota Serang (2008-2014)
SMPN 01 Kota Serang (2014-2017)
SMAN 06 Kota Serang (2017-2020)

3. Pengalaman Organisasi

Koperasi Mahasiswa (KOPMA)
Bidang LPMBA

Lampiran 4 : Brosur KPR Gaul



Plafond	Angsuran				
	Jangka waktu				
	5 tahun	10 tahun	15 tahun	20 tahun	25 tahun
50.000.000	987.232	577.455	446.066	384.056	349.571
100.000.000	1.974.463	1.154.910	892.133	768.112	699.143
150.000.000	2.961.695	1.732.364	1.338.199	1.152.168	1.048.714
200.000.000	3.948.926	2.309.819	1.784.265	1.536.225	1.398.285
250.000.000	4.936.158	2.887.274	2.230.332	1.920.281	1.747.856
300.000.000	5.923.389	3.464.729	2.676.398	2.304.337	2.097.428
350.000.000	6.910.621	4.042.184	3.112.465	2.688.393	2.446.999
400.000.000	7.897.853	4.619.638	3.568.531	3.072.449	2.796.570
450.000.000	8.885.084	5.197.093	4.041.597	3.456.505	3.146.141
500.000.000	9.872.316	5.774.548	4.460.664	3.840.562	3.495.713

Lampiran 5 : Dokumentasi Kegiatan Wawancara