

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia hingga saat ini sudah berkembang cukup pesat, sehingga secara tidak langsung memaksa pemerintah untuk lebih intens dalam menangani pesatnya perkembangan perbankan di Indonesia, yang bertujuan untuk menciptakan industri perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sehingga dapat menciptakan kestabilan sistem keuangan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang juga akan berdampak pada kesejahteraan rakyat. "Selain memperkuat permodalan serta membenahi struktur perbankan yang ada, hal lain yang perlu dilakukan adalah meningkatkan peran serta bank perkreditan rakyat (BPR) sehingga BPR tersebut mampu melayani masyarakat di daerah pedesaan atau terpencil khususnya yang tidak terjamah oleh pelayanan bank-bank umum"

Di era modern seperti ini banyak masyarakat yang selalu mengeluh dalam pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder mereka, penyebab utama adalah karena kepadatan penduduk di Indonesia yang tinggi, Indonesia menduduki peringkat empat dari seluruh negara yang memiliki masalah krusial dalam kepadatan penduduk, ini berdampak pada kuota lapangan kerja yang terbatas, sehingga mereka harus memutar otak untuk memenuhi kebutuhan mereka, salah satu cara yang bisa mereka lakukan untuk mengatasinya adalah menggunakan jasa simpan pinjam di salah satu bank, dimana mereka bisa melakukan perkreditan yang berguna untuk menjadi modal usaha mereka serta bisa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Dikarenakan semakin banyaknya masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perkreditan sehingga mendorong pemerintah untuk mendirikan BPR, tujuan utama didirikannya BPR adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebelum resmi

dinamai bank perkreditan rakyat, BPR hanyalah berbentuk bank-bank pasar yang dikenal karena didirikan di lingkungan pasar dan bertujuan untuk memberikan pelayanan jasa keuangan kepada para pedagang pasar, kemudian berdasarkan pakto 1988 dikukuhkan menjadi bank perkreditan rakyat atau yang lebih kenal dengan singkatan BPR. Pada oktober 1988 pemerintah mengeluarkan kebijakan yaitu deregulasi perbankan, yang dikenal sebagai pakto 88 yang antara lain memberikan kemudahan bagi pendiri BPR, syarat-syarat pendirian BPR diantaranya adalah, BPR dapat didirikan dan melakukan kegiatan usaha setelah izin usahanya disetujui oleh direksi Bank Indonesia, pemilik haruslah warga Indonesia, dan sudah memiliki susunan organisasi, permodalan, keahlian dibidang perbankan serta kelayakan rencana kerja yang jelas. setelah dilaksanakannya kebijakan tersebut banyak pengusaha yang tertarik untuk mendirikan BPR dan lama-kelamaan mulai banyak pendirian BPR di tiap daerah.

Adalah BPR Kartasura Makmur yang juga salah satu BPR yang ikut berkontribusi setelah kebijakan pemerintah tersebut dan ikut meringankan masalah krusial di masyarakat dengan memberikan jasa-jasa yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam masalah keuangan. BPR ini di dirikan sejak tahun 1990 dan diresmikan pada 2 januari 1992, bank ini berlokasi di kawasan kartasura jawa tengah lokasi bank ini cukup strategis karena dekat dengan pasar-pasar tradisonal yang berada di kota solo sehingga nasabahnya banyak dari para pedagang pasar. Hingga sekarang BPR ini sudah berkembang menjadi 4 cabang, yang ada di kartasura, boyolali, bekonang, dan ampel, meskipun sudah lama malang melintang di dunia bank perkreditan, BPR ini memiliki kendala dalam desain media promosi. Desain di setiap media promosi mereka terkesan kurang menarik serta terkesan di desain apa adanya, di situs resmi mereka pun hanya mengandalkan blogspot dan hanya menggunakan desain *template* bawaan sehingga kurang menarik, situsnya pun kurang *user friendly* serta jarang di *update*. Sehingga dengan Tugas Akhir ini saya terdorong untuk merancang media promosi dan *website* BPR agar bisa menyesuaikan dengan zaman sehingga diharapkan bisa menambah nasabah di BPR Kartasura Makmur.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. BPR Kartasura Makmur belum mempunyai desain promosi yang sesuai dengan karakteristik perusahaan serta memiliki desain yang kurang menarik.
2. *Website* yang dimiliki tidak banyak menginformasikan tentang keberadaan BPR dan memiliki desain apa adanya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media promosi dan *website* BPR kartasura makmur agar lebih informatif dan menarik sehingga dapat menambah jumlah nasabah ?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam perancangan media promosi pada laporan Tugas Akhir ini, penulis melakukan pengumpulan data baik itu dokumen dan foto-foto dari BPR Kartasura Makmur, bank ini yang memiliki empat lokasi yang tersebar di sekitar karesidenan Surakarta, lokasi pertama adalah kantor pusat di Jl. Slamet Riyadi 134 Kartasura, kantor cabang Jl. Padanaran 182A Boyolali, kantor kas 1 di Jl. Mayor Ahmadi Bekonang, dan kantor kas 2 di Jl. Raya Boyolali Semarang. Penelitian ini dilakukan dari bulan february-juni 2016.

Ruang lingkup objek yang akan dikaji dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah media promosi yang oleh pihak BPR Kartasura Makmur selama ini. Penulis akan merancang media-media promosi yang efektif untuk BPR dalam menambah jumlah nasabah.

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dan analisis data, sehingga akan mendapatkan hasil berupa data yang berguna sebagai dasar desain yang diharapkan bisa membuat media promosi BPR Kartasura Makmur menjadi lebih informatif dan menarik, yang bertujuan untuk menambah jumlah nasabah.

1.6 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

1.6.1 Observasi

Sugiyono (2014 : 196) menyatakan bahwa “Dalam penelitian, observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti dari orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan”.

Observasi ini dilakukan pada bank BPR Kartasura Makmur, dan BPR pesaing yang terdapat di sekitar karisidenan Surakarta.

1.6.2 Wawancara

Sugiyono (2014 : 188) menyatakan bahwa “Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.”

Wawancara dilakukan pada *internal* dan *external*, di *internal* penulis melakukan wawancara terhadap pegawai BPR Kartasura Makmur sedangkan *external* penulis melakukan wawancara terhadap nasabah dari BPR Kartasura Makmur.

1.6.3 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.”Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.”(Sugiyono, 2005 : 83).

Studi Pustaka akan dilakukan untuk mencari *literature* yang berhubungan dengan teori promosi, teori media dan teori DKV.

1.6.4 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013 : 240) “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan *life histories*, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain”.

Dokumentasi dilakukan penulis dengan mengambil gambar dari BPR Kartasura Makmur dan pesaingnya, diantaranya berupa desain-desain yang telah mereka lakukan sebelumnya.

1.7 Analisis Data

1.7.1 Matriks Perbandingan

Menurut Soewardikoen (2013:50). Sebuah *matriks* terdiri dari kolom dan baris yang masing - masing mewakili dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan perbedaan misalnya membandingkan brosur akan terlihat perbedaan gaya gambarnya.

Menurut Rohidi (2011:247). Matriks merupakan salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapih baik bagi pengelolaan informasi maupun analisis.

1.7.2 TOWS

Menurut David (2008:8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari *eksternal* dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan

dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan *internal* dan mengatasi kelemahan.

Berikut merupakan penjelasan SWOT menurut David (2005:47), yaitu sebagai berikut :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat meruoakan sumber dari kelemahan perusahaan.

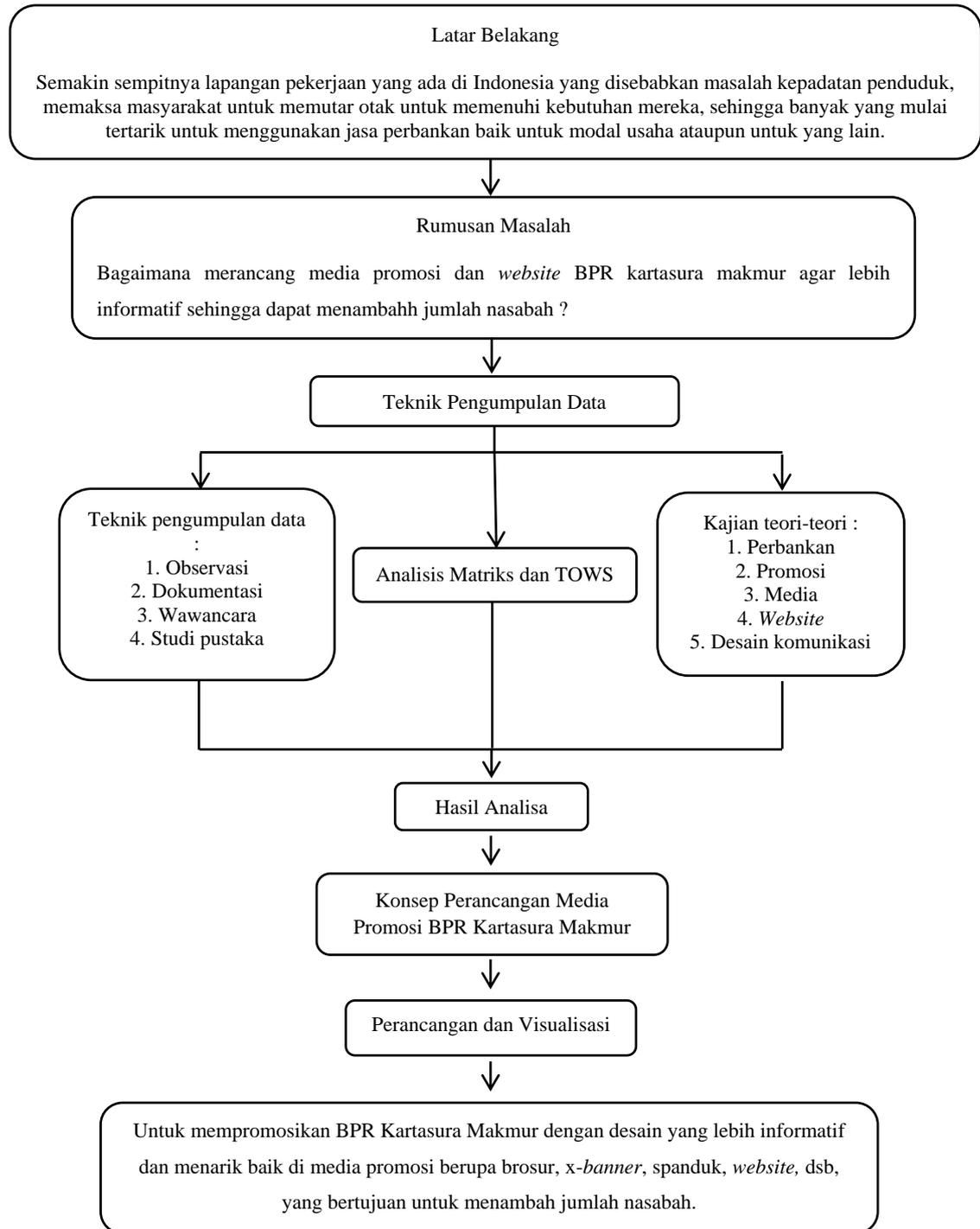
c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasokk merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka perancangan

(Sumber: data pribadi)

1.9 Pembabakan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, indentifikasi dan rumusan dari masalah yang diambil oleh penyusun, tujuan dari penelitian yang dilakukan penyusun, teknik-teknik pengumpulan data yang diterapkan penyusun, kerangka penelitian dan pembabakan dari bab-bab dalam laporan ini.

Bab II : Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran apa yang akan dipakai sebagai pijakan untuk menganalisis atau mengurangkan masalah yang diteliti.

Bab III : Uraian data hasil survei analisis

Mempaparkan data-data yang didapatkan dari hasil survei yang dilakukan oleh penulis.

Bab IV : Perancangan desain

Bab ini berisikan konsep perancangan desain, alasan pemilihan media dan hasil perancangan desain yang telah di buat oleh penulis.

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari laporan penelitian yang dibuat oleh penulis. Penulis juga menyertakan saran apabila ada ide atau solusi dari permasalahan. Di akhir bab ini, disertakan pula daftar pustaka, sumber lain.