BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan sesuatu yang sangat penting dalam dunia bisnis atau wirausaha entah itu berskala besar maupun kecil, menengah, ataupun yang berskala besar. Tanpa adanya sistem pemasaran yang banyak bukan tidak mungkin sebuah perusahaan yang dulunya besar akan mengalami kehancuran. Demikian arti pentingnya sebuah pemasaran bagi dunia usaha sampai dikatakan oleh pakar ekonomi bahwa *marketing* atau pemasaran itu merupakan kaki tangan perusahaan terdepan. Sebagai garda depan perusahaan dalam meraih *profit*, sudah barang tentu orang-orang yang berada dibagian ini haruslah memiliki kemampuan yang handal, aktif dan juga tidak mudah putus asa dalam setiap menghadapi persaingan usaha untuk merebut pangsa pasar dari bisnis yang menjadi andalannya. (Chotib,2010: 7)

Definisi pemasaran menurut Jeremo yang dikutip oleh Moch.Chotib (2010:8) adalah prestasi dari berbagai kegiatan yang mencari pencapaian saran organisasi dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan. Sementara menurut Philip Khotler (1997:10) adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan dari keinginan manusia yang diarahkan pada pemuasan kebutuhan dan keinginan melakukan proses pertukaran .

Pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah penunjang utama kehidupan perusahaan. Konsep pemasaran diakui peranannya sebagai penyumbang langsung untuk mendapatkan laba serta

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

volume penjualan. Sehingga bukan zamannya lagi apabila sebuah perusahaan hanya memperkirakan berapa banyak barang yang bisa diproduksi .Untuk bisa bertahan di pasar yang peka terhadap perubahan yang penuh dengan pesaing saat ini. Sebuah perusahaan pertama-tama apa yang bisa dijual, dan ancaman apa yang harus didayagunakan untuk memikat pelanggan.

Kultur masyarakat masih banyak di jumpai dalam bertransaksi masih menggunakan uang tunai padahal uang tunai masih memiliki banyak kekurangannya yang diantaranya biayanya besar baik dari mulai tahap pencetakan, pengeluaran dan penarikan untuk dimusnakan untuk uang yang sudah tidak layak beredar di masyarakat, serta kerepotan dalam bertransaksi banyak kasus yang terjadi di masyarakat namun yang paling jadi masalah dalam perjalanan darat biasanya yang banyak terjadi banyak antrean yang sampek berkilo-kilo meter yang terjadi di jalan tol yang lebih parah lagi jika momen mudik tiba yang menjadi penyebabnya tak lain lagi karna waktu transaksi yang memakan waktu lama. Kelemahan dalam transaksi yang paling fundamental ialah memberi peluang tindakan kriminal mulai dari uang palsu, pencucian uang, perampokan/ pencopet yang beraksi pada saat kita sedang bertransaksi di kasir. Dari beberapa kelemahan transaksi menggunakan sistem pembayaran tunai yang dapat merugikan banyak orang/masyarakat.

Dengan demikian, promosi berfungsi sangat penting di dunia wirausaha baik dalam bentuk promosi tiap jenis usaha juga berbeda, penciptaan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen di satu pihak dan menguntungkan perusahaan dari peneliti sendiri memilih PT. Bank BCA

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

KCU Jember karena dengan beberapa alasan pertama, karena Mesin Electronic Data Capture (EDC) adalah media pembayaran yang masih jarang dipakai oleh para *Cardholder* beranjak pemikiran itu peneliti ingin mengkaji lebih jauh apa masalah yang terjadi sebenarnya para *cardholder* tidak menggunakan media pembayaran Mesin Electronic Data Capture (EDC). Dalam menghadapi pasar yang semakin terbuka diperlukan strategi pemasaran Mesin Electronic Data Capture yang paling efektif dan efisien yang akan menghasilkan peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan pembayaran non tunai.

Dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi *profit,* kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelangganya akan terpenuhi. Oleh karena itu bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar. Adapun keunikan yang paling mendorong peneliti untuk meneliti Mesin Electronic Data Capture karena ada keunikan yang pertama objek ini jarang dikaji oleh para peneliti terdahulu ada tapi hanya seorang yang peneliti ketahui dan dalam yang paling fundamental adalah pembayaran dengan menggunakan Mesin Electronic Data Capture sangatlah mudah dan memiliki banyak kelebihan baik dari *issure, cardholder, marchant* dan Kasir namun mereka semua tidak menyadari tentang hal itu.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Dukungan dari beberapa lembaga sejak tanggal 14 agustus 2014 telah ditandatangani MoU oleh 5 lembaga diantaranya BI- Kemenkeu, BI-Kemenko Ekonomi, Bi-APPSI dan Pemda DKI Jakarta yang kelima lembaga terdebut ikut serta dalam program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang memberikan konstribusi besar mendorong masyarakat mengunakan sistem pembayaran dan Instrumen/alat pembayaran non tunai dalam transaksi pembayaran.yang (www.bi.co.id, 22.00 wib)

EDC *(Electronic Data Capture)* merupakan *asset* perusahaan yang dipinjamkan oleh pihak bank dengan perjanjian tertentu. Untuk memiliki EDC *(Electronic Data Capture)* tersebut perusahaan perlu mengeluarkan biaya, perusahaan dapat memperoleh perhatian nasabah/pelanggan dalam kemudahan bertransaksi. Seperti yang diketahui hampir setiap pusat perbelanjaan terdapat EDC *(Electronic Data Capture)* dari berbagai bank. Setiap strategi perusahaan pasti termasuk bagaimana cara menemukan dan mendapatkan pelanggan yang paling menguntungkan sebisa mungkin. Mesin EDC *(Electronic Data Capture)* ini sebuah mesin yang sering kita jumpai dan biasanya tempat loket pembayaran atau kasir yang disediakan oleh outlet-outlet, supermarket, *mall*, hotel dan lain sebagainya.

PT. Bank BCA KCU Jember memiliki kelebihan dari pada bank yang lain ditinjau dari jumlah Mesin Electronic Data Capture sudah tersebar di setiap wilayah. Adapun syarat untuk mengajukan untuk menjadi *Marchant* syaratnya tidak sulit dan mudah sekali. Disamping itu pajak atau bunga yang dibebankan pada *cardholder* nominalnya kecil. Kelebihan lain yang di miliki

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

oleh Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT.BCA KCU Jember adalah waktu uang masuk yang lebih singkat masuk pada rekening *marchant* dari pada bank lain.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank BCA KCU Jember?
2. Apa faktor pendukung pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) Pada Bank BCA KCU Jember ?
3. Apa faktor penghambat dalam memasarkan Mesin Electronic Data Capture pada bank BCA KCU Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan karena memiliki tujuan, tujuan pokok suatu penelitian adalah memecahkan permasalahan yang tergambar dalam latar belakang dan rumusan masalah karena itu, tujuan penelitian sebaiknya dirumuskan berdasarkan rumusan masalah (Daniel dan Mohar, 2005:71)

Menurut buku pedoman penulisan karya tulis Ilmiah (IAIN) Jember tujuan peneliti merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah – masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk mengetahui dan memahami strategi pemasaran produk Mesin Electronic Data Capture (EDC) Pada Bank BCA KCU Jember.

a. Untuk mengetahui strategi pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) Bank BCA KCU Jember.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

b. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan penggunaaan Mesin Electronic Data Capture (EDC) Bank BCA KCU Jember.

c. Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan Mesin Elecronic Data Capture (EDC) Pada Bank BCA KCU Jember.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan nantinya bisa memberikan konsrtibusi yang positif untuk masing-masing pihak, diantaranya:

1. Bagi peneliti

a) Bisa mengembangkan potensi sebagai peneliti untuk meningkatkan kompetensi dan wawasan mahasiswa IAIN Jember.

b) Bisa menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses.

c) Dapat mengembangkan metode dan strategi dalam berwirausaha sehingga apa yang diinginkan bisa tercapai dengan baik.

d) Dapat mengetahui antara teori yang ada di kampus bila di aplikasikan dalam dunia pemasaran khususnya yang ada di Bank BCA KCU Jember.

e) Dapat menambah pengetahuan tentang penelitian dan penulisan karya tulis Ilmiah sebagai modal untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

2. Bagi lembaga IAIN Jember.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan pustaka di perpustakaan IAIN Jember dan dapat dijadikan referensi tambahan bagi mahasiswa IAIN Jember khususnya mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah.

3. Bagi Instansi PT. Bank BCA KCU Jember

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah masukan yang membangun dan juga sebagai bahan evaluasi untuk mengembangkan strategi pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) Bank BCA KCU Jember.

E. Definisi Istilah

1. Strategi pemasaran adalah sesuatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sesuatu sasaran khusus yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan memdistribusikan barang dan jasa bisa memuaskan kebutuhan pembeli.
2. Mesin Electronic Data Capture (EDC) suatu alat atau media yang digunakan untuk bertransaksi.

Untuk mengetahui strategi yang dipakai oleh PT.Bank Central Asia (BCA) KCU Jember dalam memasarkan produk mesin Electronic Data Capture (EDC) serta faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat saat memasarkan prodaknya.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

F. Sistematika pembahasan

Untuk menjelaskan alur pemikiran dalam pembahasan ini maka hasil dari analisis data tersebut di jabarkan secara sistematis dalam bentuk Bab.

Bab I yaitu pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan yang terakhir sistematika pembahasan.

Bab II yaitu tentang kajian kepustakaan, terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori. Pada penelitian terdahulu akan dijelaskan peneliti terdahulu yang menjadi salah satu referensi peneliti. Kemudian pada kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori yang dijadikan beberapa materi penjelasan yaitu, Strategi pemasaran. Kedua, teori Mesin Electronic Data Capture (EDC), ketiga, teori *wakalah* .

Bab III yaitu tentang metode penelitian yang memuat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan, kepustakaan, teknik analisis data, keabsahan data.

Bab IV yaitu penutup berisi tentang penyajian data dan analisis data yang membuat gambaran dan objek penelitian, penyajian dan analisis data serta pembahasan temuan yang diperoleh dengan menggunakan metode dan prosedur pada Bab III.

Bab V yaitu penutup berisi tentang kesimpulan yang merangkum semua pembahasan yang di uraikan pada beberapa bab sebelumnya. Dan tentang saran-saran rekomendasi mengacu atau bersumber dari temuan penelitian, pembahasan, dan kesimpulan akhir dari peneliti.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id