

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat pun semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat ialah tidak jauh terkait dengan masalah perekonomian. Hal ini menyebabkan banyaknya perusahaan yang memberikan solusi terkait permasalahan ekonomi masyarakat. Salah satu perusahaan yang mendukung kegiatan perekonomian, yakni perusahaan pembiayaan. Pada akhirnya, tidak jarang masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah pada perusahaan pembiayaan ini.

Diantara faktor yang menjadikan bisnis pembiayaan begitu cepat berkembang adalah karena bisnis pembiayaan merupakan suatu sistem yang sesuai dengan arah perkembangan ekonomi yang sangat cepat berkembang. Dalam keadaan masyarakat yang daya belinya menurun, mereka akan lebih membeli suatu kebutuhan atau barang secara tidak tunai, melainkan secara angsur atau kredit. Hal ini dianggap lebih menguntungkan mereka karena mereka dapat memakai kebutuhan mereka tanpa harus membayar secara penuh atau lunas sekaligus.

Perusahaan pembiayaan/leasing adalah badan usaha diluar Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank yang memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabahnya untuk suatu keperluan atau melakukan kegiatan usaha: Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang, Usaha Kartu Kredit dan atau Pembiayaan Konsumen seperti kredit motor/mobil dan gadai motor/mobil. Skema bisnis perusahaan pembiayaan didasari oleh adanya *underlying asset*; dekatnya jaringan industri pembiayaan dengan industri manufaktur, distributor dan pemegang merek tunggal; serta mudah dan cepatnya pelayanan, membuat industri pembiayaan lebih dekat ke konsumennya dibandingkan industri pemberi kredit sejenis.

Dalam hal ini, PT. Permata Finance Indonesia cabang Gunung Batu di Kota Bogor, merupakan salah satu perusahaan yang mengembangkan pembiayaan kendaraan bermotor bekas yang dinaungioleh Otoritas Jasa Keuangan, yaitu bedasarkan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran secara angsuran dengan. Keuntungan yang diambil oleh perusahaan leasing ini adalah dari pembayaran bunga kredit.

Untuk mendukung perusahaan dalam mencari nasabah/konsumen, perusahaan melakukan kegiatan yang disebut pemasaran. Pemasaran dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting, mengingat banyaknya persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang bertarung merebut konsumen. Indrasari (2019:2) mengatakan bahwa, Pemasaran menjadi pendorong meningkatkan penjualan suatu perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai.

Untuk menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, upaya yang dapat dilakukan yakni perbaikan sistem bauran pemasaran yang lebih efektif. Dengan tujuan merebut nasabah diantara para kompetitor di Kota Bogor, bauran pemasaran menjadi salah satu pedoman yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dari perusahaan tersebut. PT Permata Finance cabang Gunung Batu sebagai salah satu perusahaan pembiayaan sudah melakukan berbagai upaya dengan berusaha untuk mengoptimalkan bauran pemasaran yang ada terkait produk, harga, lokasi dan promosi. Namun pada kenyataannya angka penjualan yang didapatkan belum maksimal dan konsisten. Di bawah ini penulis sajikan data nasabah di PT Permata Finance cabang Gunung Batu Bogor selama satu tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data Nasabah PT. Permata Finance Cabang Gunung Batu di Kota Bogor Periode Januari – Desember 2022.

NO.	Bulan	Jumlah Nasabah
1.	Januari	138
2.	Februari	131
3.	Maret	129
4.	April	113
5.	Mei	100
6.	Juni	117
7.	Juli	166
8.	Agustus	158
9.	September	143
10.	Oktober	180
11.	November	172
12.	Desember	157
Jumlah		1704

Sumber : PT. Permata Finance Cabang Gunung Batu Di Kota Bogor (2023)

Tabel 1.1 merupakan tabel data jumlah nasabah dari Januari 2022 hingga Desember 2022. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa data nasabah di PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor mengalami perubahan dan berfluktuasi setiap bulannya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya semakin ketatnya persaingan antara perusahaan pembiayaan ini dengan perusahaan pembiayaan lainnya, dimana perusahaan perbankan menawarkan pinjaman dengan bunga yang relatif rendah dibanding perusahaan pembiayaan ini. Faktor lainnya ialah strategi promosi yang digunakan belum maksimal, karna hanya melakukan promosi dengan menyebarkan brosur secara langsung. Selain itu, Lokasi PT Permata Finance cabang Gunung Batu ini belum memiliki detail jelas pada Google Maps. Hal ini bisa menyebabkan calon nasabah kesulitan mencari lokasi perusahaan ini dan pada akhirnya memilih perusahaan pembiayaan lain. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan-peningkatan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menstabilkan tingkat nasabah sesuai yang ditargetkan.

Dari latar belakang masalah yang terjadi, guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di PT Permata Finance cabang Gunung Batu dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dimasa yang akan datang dan untuk mengamati bauran pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Keuangan Di PT Permata Finance Cabang Gunung Batu di Kota Bogor”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Dalam 1 tahun terakhir PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor sering mengalami penurunan tingkat nasabah khususnya pada bulan januari sampai mei, dan juga pada bulan oktober sampai desember tahun 2022.
2. PT. Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor bersaing ketat dengan Perusahaan Pembiayaan lain.
3. Bunga yang ditawarkan oleh PT. Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor cukup besar.

4. Strategi promosi yang dilakukan PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor belum maksimal.
5. Lokasi PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor tidak mudah ditemukan pada Google Maps.

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada, menunjukkan bahwa terdapat masalah yang ada di PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor. Guna mencegah melebarnya penelitian dan karena keterbatasan yang penulis miliki, maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada :

1. Judul penelitian yaitu Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Keuangan di PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor.
2. Bauran pemasaran yang dimaksud meliputi indikator secara umum yang di dalamnya terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik sebagai variabel bebasnya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jasa keuangan pada PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor?
2. Bagaimana bentuk bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan perumusan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jasa keuangan pada PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor

2. Untuk mengetahui bentuk bauran pemasaran yang dilakukan PT Permata Finance cabang Gunung Batu di Kota Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Untuk membantu mengetahui, menjelaskan dan menganalisis tentang keputusan pembelian konsumen melalui bauran pemasaran PT Permata Finance dengan menerapkan teori-teori dari perkuliahan.

2. Bagi pembaca

Sebagai bahan referensi dan kajian tentang keputusan pembelian konsumen melalui bauran pemasaran PT Permata Finance.

3. Bagi pihak kampus

Untuk membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian teori khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa bab maupun subbab. Bab maupun subbab tersebut selanjutnya akan diuraikan satu persatu dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah yang ada di tersebut, tujuan penelitian, manfaat penelitian penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan tugas akhir, beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian, kerangka konseptual dan hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun ini.