



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam  
Pembiayaan kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di  
Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat**

Skripsi

Oleh

Muhammad Faza

2012320185

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan  
Kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor  
Cabang Wilayah 1 Jawa Barat**

Skripsi

Oleh

Muhammad Faza

2012320185

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Muhammad Faza  
Nomor Pokok : 2012320185  
Judul : Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan Kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 16 Januari 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Gandhi Pawitan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Faza  
NPM : 2012320185  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan Kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Januari 2017



Muhammad Faza

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Faza  
NPM : 2012320185  
Judul : “Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat”

---

Pelaku usaha mikro semakin berkembang di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Barat. Pelaku bisnis mikro ini, tentu membutuhkan peran eksternal untuk membantu melancarkan usaha bisnis mereka. Melihat hal diatas, bank bjb melihat adanya peluang bisnis yang dapat dilakukan. Dalam rangka mendorong laju perkembangan usaha sektor UMKM, bank bjb telah memberikan dukungannya melalui kredit kepada pelaku usaha mikro dengan melakukan penetrasi pasar ke dalam sektor pembiayaan kredit perbankan.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas dan menganalisa langkah strategi yang dilakukan bank bjb dalam memasuki sektor pembiayaan kredit mikro perbankan, serta menganalisis peran bank bjb dalam pengembangan UMKM di Jawa Barat, dan menganalisis manfaat kredit usaha mikro yang dilakukan bank bjb terhadap perekonomian secara makro di Jawa Barat dengan menggunakan jenis penelitian secara deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara dan pengamatan untuk mengetahui informasi yang diperlukan untuk dibahas. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan reduksi data dan eksplorasi untuk menjawab masalah penelitian yang sudah dirumuskan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa bank bjb berhasil dalam menarik nasabah atau debitur untuk beberapa kabupaten/kota saja, tetapi masih ada beberapa cabang yang belum maksimal dalam perolehan kredit mikronya. bank bjb menyediakan program layanan yang mendukung pengembangan UMKM untuk turut serta meningkatkan perekonomian Provinsi Jawa Barat.

Rekomendasi yang diberikan penulis dalam menghadapi persaingan yang lebih ketat dalam pelayanan kredit usaha mikro, bank bjb dapat mempertimbangkan penambahan sentra UMKM di beberapa kantor cabang daerah lainnya, serta lebih mempertimbangkan membuat banyak program kerja yang banyak melibatkan pelaku usaha kreatif baru yang biasanya di dominasi oleh anak muda atau remaja, baik itu pendampingan usaha atau pembinaan pelaku UMKM baru, agar lebih banyak nasabah tertarik untuk melakukan kredit usaha mikro di bank bjb.

Kata kunci: Strategi, Penetrasi Pasar, UMKM

## **ABSTRACT**

*Name : Muhammad Faza*  
*NPM : 2012320185*  
*Title : “Strategic Analysis of bjb bank Market Penetration in Financing Micro-Credit (Micro Finance) in Branch Office 1 of West Java Region”*

---

*Micro businesses is growing in Indonesia, especially in West Java. Enterprises of these micro businesses, would require an external role to help launch their business. Seen above, bjb Bank seen the businesses opportunities exist to do. In order to push the pace of business development of UMKM sector, bjb bank has provided support through micro-credits to businesses to penetrate the market in the banking sector credit financing.*

*This research aims to discuss and analyse the step of strategy by bjb bank financing sector to penetrate micro-credit banking, as well as analyzing the role of the bjb bank in UMKM development in West Java, and analyzing the benefits of micro-credit bjb bank on the macro economy in West Java by using different types of descriptive qualitative research. The techniques used in the data collection is to conduct interviews and observations to find out the required information to discussed. Technique of data analysis that is done by re*

*ducts data and eksplorasi to address research issues that are already formulated.*

*This research concluded that the bank was successful in attracting customer or debtor for several district or city, but there are still some branches that haven't been maximallize in obtaining its micro-credit. bjb bank program provides services that support the development of SMEs to participate and improve the economy of West Java Province.*

*Recommendations are given by the writer in facing greater competition in micro-credit services, bjb bank may consider the addition of UMKM center in several branches other areas, as well as more consider to make a lot of the work program that involves many new businesses creative that typically dominated by young age, whether it is business mentoring or coaching new UMKM actors, that affect more customers are interested in doing micro loans in the bjb bank.*

*Keywords: strategy, market penetration, UMKM*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu dengan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D., selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, bantuan, dukungan selama penyusunan skripsi ini. “Terimakasih banyak Pak Sanerya atas kesabarannya, bimbingannya dan nasihat sehingga skripsi saya dapat selesai tepat waktu. Suksesdan sehat selalu Pak Sanerya ”.
4. Bapak Muchlisin selaku Pemimpin Grup Pemberdayaan Ekonomi Nasabah Terpadu (PESAT), Divisi Kredit UMKM bank bjb yang telah meluangkan waktu,

tenaga, dan pikiran untuk menyusun jadwal wawancara dan mendampingi selama proses wawancara.

5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan khususnya Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran kepada penulis selama ini.
6. Kedua orang tua, mamah dan papah yang telah memberikan doa, semangat, dukungan secara moral dan materiil selama proses penyusunan skripsi. Adik saya tersayang, Faris dan Fathur.
7. Keluarga bapak aki Yamin (alm). dan Keluarga Bapak aki Hendar (alm). tercinta, serta keluarga besar Abdul Madjid yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi.
8. Kepada teman seperjuangan Grup Skripsi SKB Cepat Guntur, Andreas, Ali, dan Uda Iqbal Terimakasih atas bantuannya selama ini, akhirnya bisa wisuda bersama.
9. Kepada Teman-teman Kaum Cendikiawan Retha, Perin, Juju, Caca, Ambon, Utuy, As, Ara, Roland, Wa Ali, Ovi.
10. Kepada teman-teman Seniman cinta, Nastya, Ovi, Helmi, Tantra, Radi, Dio, Raoul yang selalu memberi wejangan cinta walaupun belum ada yang membuahkan hasil.
11. Kepada teman teman Bisnis Rani, Vera, Chikita, Fitria, dan masih banyak lagi, juga grup belajar bisnis ABG Tua; Fajar, Dedew, Kemal, juga guru kita Marco dan Yos, yang selalu menjadi tutor untuk anak-anak bisnis.



12. Kepada Komandan Advance Yuganthara, Sadajiwa, serta Bhaladika serta anggota Advance lainnya. Terima kasih atas pengalaman bergabung dalam divisi semi militer nya.
13. Teman teman Lelaki Kardus Fisip
14. Teman-teman Pandjoel FC
15. Keluarga Besar Adm.Bisnis 2012
16. Keluarga Besar FISIP 2012, Salam Labapaca!
17. Keluarga Besar Unpar 2012
18. Junior, Senior, serta alumni Unpar.
19. Teman-teman Kementrian Dalam Negeri LKM Periode 2014-2015 .
20. Kepada Kabinet Lembaga Kepresidenan Mahasiswa Unpar Periode 2014-2015 terimakasih atas ilmu dan bimbingannya kepada penulis selama periode kepengurusan LKM.
21. Teman malam minggu koh Jenjo dan Ceu Nely yang telah berhasil menipu saya selama beberapa bulan terakhir karena ternyata mereka PDKT dan akhirnya jadian sampai mau nikah aamin.
22. Teman-teman Longtime dan Realexpedition alumni SMAN 11 Bandung; dhifa, opik, adit bopak,tia, arin, danis, dedew, egga, elsa, goday, gomang, harly, iqbal, ira, jenjo, ninis, isal, muti, nely, mput, raden, rai, ravi.
23. Teman-teman Veteran Speaking yang selalu ada dan selalu kompak, Uncle sebagai yang dituakan, John, Pak RW, Denny, Danny, De Dika, Kintan, Mala, Ayu 1, Ayu2, Nadia, Amal, Oci, Nabila, teh Hani, Ravi, Prili, Sahrul, Yasa, Kirey, Ceu hajah, Gatra, Tio, Steve, Rere, Hana ayo terus jaga silaturahmi nya!
24. Terakhir, kepada para wanita yang telah hadir dalam kehidupan saya selama perkuliahan dan pergi begitu saja, juga wanita-wanita calon gebetan yang keburu

jadi sama orang lain, terima kasih, dengan begitu telah memotivasi saya untuk menjadi seorang yang sukses kedepannya.

25. Kepada pihak pihak lainnya yang tidak disebutkan diatas, yang juga sangat membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, penulis menerima saran dan kritik yang membangun. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, 30 Januari 2017

Penulis

## Daftar Isi

|  |     |
|--|-----|
| ABSTRAK .....  | i   |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | ii  |
| KATA PENGANTAR .....   | iii |
| Daftar Isi.....  | vii |
| Daftar Tabel .....   | x   |
| Daftar Gambar.....   | xi  |
| BAB 1 .....  | 1   |
| PENDAHULUAN .....  | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                     | 1   |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                               | 8   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                   | 8   |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                                | 9   |
| BAB 2 KERANGKA TEORI.....                                    | 10  |
| 2.1 Strategi.....  | 10  |
| 2.2 Strategi-strategi Intensif .....                         | 11  |
| 2.3 Penetrasi Pasar.....                                     | 11  |
| 2.4 Pelaksanaan Strategi Memasuki atau Penetrasi Pasar ..... | 12  |
| 2.5 Analisis Lingkungan Eksternal .....                      | 13  |
| 2.5.1 Analisis Lingkungan Umum .....                         | 13  |
| 2.5.2 Analisis Lingkungan Industri .....                     | 15  |
| 2.5.3 Lingkungan Operasional .....                           | 17  |
| 2.6 Analisis Lingkungan Internal .....                       | 19  |
| 2.7 Pengertian Kredit.....                                   | 20  |
| 2.8 Pengertian Kredit Mikro.....                             | 20  |
| BAB 3 METODE PENELITIAN .....                                | 22  |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                   | 22  |
| 3.2 Metode Penelitian.....                                   | 22  |

|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 3.3          | Pengumpulan Data .....  | 23        |
| 3.3.1        | Sumber Data.....  | 23        |
| 3.3.2        | Metode Pengumpulan Data.....  | 24        |
| 3.4          | Analisis Data .....   | 42        |
| <b>BAB 4</b> | <b>Objek Penelitian .....</b>   | <b>44</b> |
| 4.1          | Sejarah Perusahaan.....   | 44        |
|              | □ Sejarah Pendirian - 1961.....   | 44        |
|              | □ Perubahan Badan usaha - 1978.....   | 45        |
|              | □ Perubahan Bentuk Hukum - 1998.....  | 45        |
|              | □ Perluasan Bentuk Usaha - Dual Banking System 2000.....                                  | 46        |
|              | □ Perubahan Nama dan Call Name Perseroan - 2007.....                                      | 46        |
|              | □ Perubahan Logo & Call Name Perseroan - 2010.....  | 47        |
| 4.2          | Profil Perusahaan.....  | 48        |
| 4.3          | Budaya perusahaan.....  | 49        |
| 4.4          | Nilai-nilai perusahaan.....   | 50        |
| 4.5          | Bidang Usaha .....  | 55        |
| 4.5.1        | Jenis Produk Kredit Mikro.....  | 56        |
| 4.6          | Struktur Organisasi.....  | 58        |
|              | .....   | 59        |
| <b>BAB 5</b> | <b>Hasil dan Pembahasan.....</b>  | <b>60</b> |
| 5.1          | Penetrasi Pasar bank bjb dalam Memasuki Sektor Pembiayaan Kredit Usaha Mikro .....        | 60        |
| 5.1.1        | Pelaksanaan Strategi Penetrasi Pasar .....  | 61        |
| 5.1.2        | Strategi Pemasaran bank bjb dalam Upaya Pemasaran Produk Layanan Kredit Usaha Mikro ..... | 64        |
| 5.1.2.1      | Strategi Desain Produk.....   | 65        |
| 5.1.2.2      | Strategi Distribusi Pelayanan Kredit Mikro bank bjb .....                                 | 67        |
| 5.1.2.3      | Strategi Promosi Pelayanan Kredit Usaha Mikro.....  | 71        |
| 5.2          | Peran bank bjb bagi UMKM di Wilayah Jawa Barat .....                                      | 74        |
| 5.2.1        | Analisis Lingkungan Eksternal .....   | 76        |
| 5.2.1.1      | Analisis Lingkungan Umum .....  | 76        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.2.1.2 Analisis Lingkungan Industri .....   | 82        |
| 5.2.1.3 Lingkungan Operasional .....   | 86        |
| 5.2.2 Analisis Lingkungan Internal .....   | 93        |
| 5.3 Manfaat Kredit Usaha Mikro bank bjb bagi Perekonomian Masyarakat<br>Jawa Barat ..... | 95        |
| <b>BAB 6 Kesimpulan dan Saran .....</b>  | <b>98</b> |
| 6.1 Kesimpulan.....  | 98        |
| 6.2 Saran .....  | 100       |
| Daftar Pustaka .....   | 102       |
| Lampiran .....   | 105       |

## Daftar Tabel

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Perkembangan Permintaan Kredit Mikro Melalui Perbankan Menurut Kelompok Bank (Demand) (Dalam miliar rupiah) .....   | 3  |
| Tabel 1. 2 Perkembangan Penyaluran Kredit Mikro Melalui Perbankan Menurut Kelompok Bank (Supply) (Dalam miliar rupiah) .....   | 4  |
|  |    |
| Tabel 3. 1 Data Pelaku usaha mikro yang melakukan kredit usaha mikro ke kantor cabang bank bjb wilayah 1 serta jenis usahanya. ....  | 25 |
| Tabel 3. 2 Program dan layanan kredit usaha mikro yang paling banyak diminati nasabah Bank bjb tahun 2016 .....  | 37 |
| Tabel 3. 3 Data Peringkat Kantor Cabang di Wilayah 1 yang Paling Baik berdasarkan Potensi dan Perolehannya dari Produk layanan Kredit Usaha Mikro Bank bjb tahun 2016 .....  | 38 |
| Tabel 3. 4 Data jumlah penyaluran kredit usaha mikro yang diberikan bank bjb kepada nasabah dari 2 peringkat teratas cabang bank bjb di wilayah 1 yang perolehan nasabah untuk produk layanan kredit usaha mikro nya paling baik di tahun 2016. .... | 40 |
| Tabel 3. 5 Data Rekapitulasi Pengusaha UMKM yang Terdaftar di KADIN Prov.Jawa Barat Tahun 2013 di Wilayah Jawa Barat Khususnya yang Terkait dengan Kantor Cabang Bank BJB Wilayah 1 .....  | 41 |
|  |    |
| Tabel 4. 1 Budaya Perusahaan .....   | 49 |
| Tabel 4. 2 Etika Perusahaan .....  | 50 |
|  |    |
| Tabel 5. 1 Struktur Direktorat Mikro .....   | 61 |
| Tabel 5. 2 Tingkat Suku Bunga Kredit Mikro Utama.....  | 67 |
| Tabel 5. 3 Data Penyaluran Produk Kredit Cinta Rakyat di Wilayah 1 bank bjb dalam 5 tahun terakhir (dalam rupiah) .....  | 70 |
| Tabel 5. 4 Data Penyaluran Produk Kredit Mikro Utama di Wilayah 1 bank bjb dalam 5 tahun terakhir (dalam rupiah) .....   | 70 |
| Tabel 5. 5 Biaya Promosi bank bjb .....  | 73 |

## Daftar Gambar

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Model 5 Forces Michael E. Porter ..... | 17 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi bank bjb.....      | 59 |

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini pelaku usaha mikro semakin berkembang di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Barat. Berbagai ide-ide usaha kreatif keluar dari pemikiran pelaku bisnis usaha mikro ini. Dengan berbekal keinginan untuk membantu meningkatkan perekonomian lokal, mereka menjalankan usahanya walaupun dengan keterbatasan modal.

Dilihat dari kontur dan kultur budaya yang ada di wilayah Jawa Barat ini, memungkinkan pelaku bisnis untuk membuka usaha, khususnya bisnis usaha skala mikro untuk memperkenalkan kearifan budaya lokal dari masing-masing daerah melalui bisnis yang mereka jalankan. Banyak pelaku bisnis mikro di Wilayah Jawa Barat, yang dalam hal ini, industri rumahan yang memproduksi sendiri panganan khas masing-masing daerah dengan tujuan untuk lebih memperkenalkan ciri khas masing-masing daerah.

Pelaku bisnis mikro ini, tentu membutuhkan peran eksternal untuk membantu melancarkan usaha bisnis mereka. Dikarenakan keterbatasan modal, ide-ide kreatif mereka akan dapat terhambat. Padahal, jika usaha bisnis mereka dapat terealisasikan, akan dapat sangat membantu perekonomian Indonesia, khususnya daerah di Wilayah Jawa barat.



Bisnis Mikro ini, sesuai dengan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang diperoleh dari [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) adalah usaha produktif milik perorangan/ dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, dikatakan, kriteria usaha mikro memiliki asset atau modal maksimal sebesar Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan omzet atau keuntungan sebesar Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

Khusus dalam hal ini, yang akan di dalam adalah perusahaan perbankan atau lembaga keuangan yang menyediakan jasa pengembangan usaha mikro. Di Indonesia sendiri, sudah banyak lembaga keuangan, khususnya bank konvensional yang menyediakan jasa kredit usaha mikro. Salah satu bank yang sudah lama berkecimpung dalam penyediaan jasa kredit usaha mikro adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan program “Kredit Usaha Rakyat”-nya yang menjangkau seluruh Indonesia. Lalu munculnya, program-program yang sama dari bank-bank lain, seperti Bank Mandiri, dengan “Mandiri Kredit Mikro”. Berikut data yang dimiliki Bank Indonesia melalui [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) ;

Tabel 1. 1 Perkembangan Permintaan Kredit Mikro Melalui Perbankan Menurut Kelompok Bank (Demand) (Dalam miliar rupiah)

| Permintaan Kredit Mikro         | 2012             | 2013             | 2014             | 2015             |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Bank Persero                    | 242,861.1        | 304,750.6        | 341,804.4        | 355,179.2        |
| Bank swasta nasional devisa     | 205,731.2        | 217,529.4        | 230,998.2        | 251,983.4        |
| Bank swasta nasional non devisa | 23,259.7         | 27,571.6         | 30,367.2         | 32,210.0         |
| BPD                             | 45,081.8         | 46,895.9         | 50,837.3         | 50,986.9         |
| Bank campuran                   | 8,750.1          | 11,378.7         | 13,467.1         | 13,737.0         |
| Bank asing                      | 712.6            | 697.1            | 4,246.6          | 6,002.0          |
| BPR-BPRS                        | 25,829.5         | 30,648.1         | 35,741.0         | 42,779.9         |
| <b>Total</b>                    | <b>552,226.1</b> | <b>639,471.5</b> | <b>707,461.8</b> | <b>752,878.3</b> |

*Sumber data: Bank Indonesia (Grup Pengembangan UMKM - DPAU), diolah dari Laporan Bulanan Bank Umum (LBU) dan Laporan Bulanan BPR/BPRS.*

Tabel 1. 2 Perkembangan Penyaluran Kredit Mikro Melalui Perbankan Menurut Kelompok Bank (Supply) (Dalam miliar rupiah)

| Penyaluran Kredit Mikro         | 2012            | 2013             | 2014             | 2015             |
|---------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| Bank Persero                    | 26,295.6        | 34,376.5         | 33,442.6         | 35,356.6         |
| Bank swasta nasional devisa     | 59,760.4        | 59,603.8         | 62,401.6         | 71,771.7         |
| Bank swasta nasional non devisa | 1,571.6         | 1,944.6          | 2,621.1          | 3,769.0          |
| BPD                             | 6,865.0         | 5,264.3          | 4,788.6          | 4,496.6          |
| Bank campuran                   | 4,463.5         | 3,133.8          | 3,576.7          | 4,085.9          |
| Bank asing                      | 122.8           | 187.2            | 1,826.3          | 2,257.0          |
| BPR-BPRS                        | 4,107.0         | 4,818,6          | 5,093.0          | 4,448.0          |
| <b>Total</b>                    | <b>99,079.0</b> | <b>104,510.1</b> | <b>108,657.0</b> | <b>121,736.8</b> |

*Sumber data: Bank Indonesia (Grup Pengembangan UMKM - DPAU), diolah dari Laporan Bulanan Bank Umum (LBU) dan Laporan Bulanan BPR/BPRS.*

Jika dilihat berdasarkan data di atas, dapat dilihat penyaluran kredit mikro perbankan lebih kecil daripada permintaan kredit mikro, jika ditotalkan dari keseluruhan dana yang disediakan oleh seluruh kelompok

perbankan, hanya menyentuh angka 121,736.8 miliar rupiah, sementara permintaan terhadap kredit mikro melalui perbankan mencapai angka 752,878.3 miliar rupiah. Artinya disini terjadi gap antara permintaan dan penyaluran kredit usaha mikro yang menjadi latar belakang mengapa bank bjb melakukan penetrasi pasar ke dalam sektor pembiayaan kredit usaha mikro melalui perbankan.

Dalam rangka mendorong laju perkembangan usaha sektor UMKM, sejalan dengan program bank bjb dalam percepatan peningkatan kredit produktif, maka bank bjb telah memberikan dukungannya melalui kredit kepada pelaku usaha mikro, sebagaimana yang telah berjalan saat ini. Namun, dalam rangka mengembangkan program pemberian kredit kepada sektor usaha riil tersebut, dimana perkembangan usahanya yang dimulai dari usaha mikro, diharapkan akan berkembang menjadi sektor usaha kecil, dan menengah, maka bank bjb bermaksud mengembangkan pemberian kredit kepada pelaku usaha mikro melalui fasilitas pemberian kredit dengan persyaratan yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha mikro ditambah dengan pembinaan dan pelatihan yang inovatif, membantu mengoptimalkan kemampuan para nasabah, agar bisnis mereka dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Peta persaingan dalam hal pembiayaan kredit usaha mikro oleh perbankan, sudah cukup padat, jika dilihat, dari sektor perbankan sekelas BUMN seperti Bank BRI, dan Bank Mandiri yang telah lebih dahulu terjun ke dalam sektor pembiayaan kredit usaha mikro. Ditambah

masuknya pesaing dari perbankan swasta, seperti BTPN, Bank Mega, dan Bank Danamon. Namun, jika dilihat, bank bjb disini merupakan bank pembangunan daerah, tentu akan lebih mudah dalam menjangkau pelaku usaha mikro, khususnya di wilayah Jawa Barat.

Maka daripada itu, di buatlah beberapa program penyediaan Kredit bagi pelaku usaha Mikro dari bank bjb, yaitu bjb Kredit Mikro Utama dan Kredit Cinta Rakyat Jawa Barat.

Segmentasi dari program kredit mikro bank bjb ini adalah segmen pasar kredit skala mikro yang masih memiliki potensi untuk dibiayai dengan kredit, seperti Perorangan yang memiliki usaha atau bisnis didalam sektor ekonomi produktif. Yang kedua para pelaku usaha (pedagang) pada lokasi pasar yang potensial, baik dari sisi usaha, lokasi dan kondisi pasar.

*Targetting* atau sasaran dari program kredit mikro bank bjb ini adalah pelaku usaha mikro yang khususnya tersebar di wilayah Jawa Barat.

*Positioning* bank bjb sebagai penyedia program kredit mikro adalah dengan memposisikan diri sebagai bank yang fokus pada usaha mikro, kecil dan menengah dan menjadi relasi bank dengan Pemerintah Daerah Jawa Barat. Dengan didasarkan kepada kemudahan proses kredit, pelayanan, serta jaringan kantor yang tersebar luas di seluruh wilayah Jawa Barat serta beberapa daerah lainnya di seluruh Indonesia.

Persaingan untuk menguasai pasar ini sangatlah tidak mudah. Perusahaan harus dapat mengatasi perubahan-perubahan yang terjadi dari

dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Dan juga perusahaan harus dapat menganalisis kekuatan maupun kelemahan perusahaan dari dalam dan luar perusahaan. Dalam hal ini, bank bjb harus mampu menganalisis kekuatan dari Perbankan atau Lembaga keuangan lainnya, yang sama-sama terjun dalam pembiayaan kredit usaha mikro.

Cara terbaik bagi suatu perusahaan yang baru berkecimpung pada suatu sektor usaha untuk menguasai atau memenangkan persaingan itu adalah dengan memiliki strategi penetrasi dan bersaing yang tepat.

Setiap perusahaan tentu saja berharap agar program perusahaannya berjalan dengan lancar dan berkembang terus-menerus. Salah satu faktor yang berperan adalah penerapan strategi penetrasi yang sesuai dengan lingkungan yang dihadapi. Merumuskan dan menerapkan strategi penetrasi yang sesuai bukanlah hal yang mudah. Strategi tersebut hanya akan berhasil apabila ada kesesuaian antara lingkungan eksternal dengan kemampuan internal perusahaan. Dengan menetapkan strategi yang sesuai, perusahaan akan berhasil mencapai tujuan dan sasarannya, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dalam industri yang sama dan dapat juga mempertahankan kelangsungan jenis usahanya.

Kekuatan-kekuatan dari faktor eksternal seringkali mempengaruhi persaingan di dalam industri. Karena itulah penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai alasan yang utama yang mendasari Bank bjb untuk meluncurkan bjb Kredit Mikro Utama, bjb KUR (kredit usaha rakyat), dan Kredit Cinta Rakyat Jawa Barat, selain itu peneliti ingin

mengetahui bagaimana respon pasar terhadap produk yang ditawarkan dan langkah-langkah apa yang diambil oleh bank bjb dalam menghadapi kenyataan respon pasar tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti **“Analisis Strategi Penetrasi Pasar bank bjb dalam Pembiayaan kredit Usaha Mikro (*Micro Finance*) di Lingkungan Kantor Cabang Wilayah 1 Jawa Barat”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Untuk mengkaji masalah strategi yang diterapkan perusahaan, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- Bagaimana strategi penetrasi pasar yang digunakan bank bjb untuk memasuki sektor pembiayaan kredit usaha mikro hingga pencapaian perusahaan saat ini
- Bagaimana pengaruh faktor lingkungan eksternal dan Internal yang didasarkan analisis SWOT produk pelayanan kredit mikro bank bjb terhadap peran nya dalam mendukung pengembangan UMKM di wilayah Jawa Barat
- Apa manfaat kredit usaha mikro yang dilakukan bank bjb bagi perekonomian masyarakat Provinsi Jawa Barat

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- Melakukan analisis strategi penetrasi pasar yang digunakan bank bjb dalam rangka memasarkan dan berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang ada.

- Menganalisis efektifitas strategi penetrasi yang sedang dilakukan oleh bank bjb
- Menganalisis langkah ke depan bank bjb dalam mengembangkan usaha mikro

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis: Dengan Penelitian ini, penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada pada kredit mikro, serta dapat memahami apabila penulis akan menjalankan usaha mikro dengan menggunakan pembiayaan *micro finance*.
2. Bagi Perusahaan: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menganalisis dan mengevaluasi program kredit usaha mikro yang ada pada perusahaan.
3. Bagi Masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat akan usaha mikro yang dapat dilakukan, khususnya di wilayah Jawa Barat. Serta dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengajukan permohonan kredit mikro.