

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan berbagai sektor perekonomian di Indonesia. Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas atau transaksi keuangan. Jasa bank meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan memberikan jasa bank lainnya (*service*), banyak produk dan jasa yang dikeluarkan oleh bank untuk masyarakat.

Selain itu, perbankan harus terus menumbuhkan rasa kepercayaan dengan berbagai cara kepada masyarakat agar sampai akhirnya mereka merasa aman dan nyaman menyimpan uang di bank. Menurut Kasmir (2014:25) simpanan/*funding* merupakan pengumpulan dana dengan cara menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito.

Deposito adalah simpanan yang tidak dapat ditarik setiap saat oleh nasabah, simpanan deposito biasanya memiliki jangka waktu tertentu dimana uang didalamnya tidak boleh diambil nasabah sebelum waktu jatuh tempo. Untuk jangka waktu deposito sendiri dimulai dari 1, 3, 6, 12, 18 dan sampai dengan 24 bulan. Deposito diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga, artinya di dalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga pemilik deposito. Deposito juga diperpanjang secara otomatis menggunakan system ARO (*Automatic Roll*

*Over*). Deposito akan diperpanjang otomatis setelah jatuh tempo, sampai pemiliknya mencairkan deposito tersebut.

Untuk dapat menggunakan produk tersebut, calon debitur harus memenuhi syarat yang diajukan oleh pihak bank. Dengan adanya fasilitas tersebut maka nasabah atau masyarakat mempunyai pendapatan berlebih untuk menginvestasikan dananya dalam jangka waktu tertentu. Deposito termasuk ke dalam golongan dana mahal, karena bunga yang harus dibayar bank kepada para deposan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan produk-produk lainnya seperti simpanan giro dan simpanan tabungan.

Jumlah nasabah sebuah bank merupakan salah satu aspek yang penting dalam kesuksesan sebuah bank. Semakin banyak nasabah, maka semakin sukses suatu bank tersebut. Dalam peningkatan jumlah nasabah, strategi pemasaran sangat dibutuhkan. Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.

Dalam memasarkan sebuah produk perusahaan memerlukan strategi, pemasaran menyusun strategi berdasarkan kebutuhan konsumen. Produk yang akan dipasarkan tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan, tetapi juga bermanfaat bagi konsumen. Dalam hal ini, peran pemasar sebagai agen pemberi informasi kepada konsumen dinilai sangat penting, dalam upaya mengomunikasikan sebuah produk baru kepada konsumen.

Bank Tabungan Negara (BTN) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara berbentuk Perseroan Terbatas yang bergerak dibidang jasa layanan keuangan. Produk simpanan yang dimiliki salah satunya berbentuk deposito, yakni deposito BTN Ritel Rupiah. Produk deposito ini bertujuan untuk investasi mata uang rupiah yang menguntungkan, yakni deposito yang diperuntukan bagi nasabah yang gemar berinvestasi berjangka dengan keuntungan yang besar dan suku bunga yang juga menarik.

Fenomena yang ditemukan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank BTN KC Banjar, seperti tidak ada tim khusus untuk menawarkan produk deposito retail rupiah, *customer service* dan *teller* kurang mempromosikan, tidak ada papan informasi terkait suku bunga deposito terbaru yang bisa dilihat oleh nasabah, dan hanya kepala cabang yang memberikan penawaran produk ini kepada nasabah yang sudah lama menabung di bank BTN KC Banjar atau hanya nasabah prioritas. Hal ini dapat menyebabkan bank BTN KC Banjar bisa kehilangan potensi nasabah baru yang memiliki jumlah uang dan ingin menyimpan dananya di bank akan tetapi tidak mengetahui keunggulan dan keuntungan deposito di bank BTN KC Banjar karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank BTN KC Banjar. Untuk mewujudkannya maka diperlukan adanya strategi pemasaran dari bank BTN guna menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga mampu meningkatkan penjualan. Pemasaran tidak sekedar menjual barang, tapi diperlukan suatu pemahaman akan kebutuhan dan seni dalam menjual produk agar mampu diterima oleh masyarakat luas.

Oleh karena itu, untuk memahami lebih lanjut tentang strategi pemasaran deposito ritel rupiah, maka pada kesempatan ini maka penulis mengambil judul **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO RITEL RUPIAH PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA Tbk. KANTOR CABANG BANJAR”** untuk pengerjaan Tugas Akhir.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.
2. Bagaimana hambatan dari penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.
3. Bagaimana solusi yang dapat dilakukan dalam penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.
2. Hambatan dari penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar
3. Solusi yang dapat dilakukan dalam penerapanan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang

Banjar.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Hasil dari penelitian untuk tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengetahuan di bidang manajemen perbankan khususnya dalam materi atau pembahasan mengenai penerapan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.

Kegunaan Praktis

##### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang industri perbankan dan juga dapat mengembangkan keterampilan penelitian dan pemecahan masalah yang merupakan keterampilan penting dalam dunia akademis dan untuk salah satu syarat mencapai gelar ahli madya D3 Perbankan dan Keuangan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

##### **b. Bagi Lembaga**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan untuk seluruh mahasiswa/i Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

##### **c. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan atau perbaikan bagi perusahaan penerapan strategi pemasaran Deposito Ritel Rupiah di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar.

d. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan referensi dan informasi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

## **1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Banjar. Jl. Letjen Suwanto No.33, Hegarsari, Kec. Pataruman, Kota Banjar, Jawa Barat 46321.

### 1.5.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Tahun 2024																				
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																					
2.	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan																					
3.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																					
4.	Seminar Proposal Tugas Akhir																					
5.	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi																					
6.	Pengumpulan dan pengolahan data																					
7.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																					
8.	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																					

Sumber: Data diolah 2024