

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan dalam dunia kerja yang bergerak dalam sektor jasa dan pelayanan, hal ini menjadi suatu bagian yang terpenting supaya perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat dengan mudah menarik konsumen baru, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan jasa merupakan salah satu penunjang keberhasilan ekonomi di Indonesia.

Dengan laju perkembangan teknologi yang semakin canggih, sering kali membuat aktivitas masyarakat dalam dunia bisnis semakin padat. Hal tersebut membuat aktivitas masyarakat semakin ingin berlomba-lomba untuk mencari suatu produk yang dapat memberikan kemudahan dan dapat memperlancar kebutuhan mereka, karena hampir semua kegiatan yang berhubungan dengan masalah keuangan selalu membutuhkan adanya jasa bank.

Bank merupakan suatu lembaga dimana kegiatan pokok yang dilakukannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali pada masyarakat. Beberapa produk seperti Tabungan, Giro, Deposito, merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank untuk dapat menghimpun dana (funding) dari masyarakat sedangkan penyalurannya kepada masyarakat dapat berupa pemberian pinjaman dalam bentuk kredit.

Bank mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kegiatan masalah keuangan masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut, bank harus menciptakan berbagai produk dan jasa yang ragam serta berusaha meningkatkan kepercayaan masyarakat, memenuhi kebutuhan masyarakat, serta guna memperlancar kegiatan masyarakat.

Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai kegiatan usaha menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan guna menunjang pemberian pembiayaan pada masyarakat khusus pensiunan. Salah satu usaha bank yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pembangunan nasional adalah tabungan yang merupakan sumber dana bagi bank. Untuk itulah suatu langkah yang tepat bila terus di dorong dan di beri motivasi kepada masyarakat untuk terbiasa dan memiliki sifat gemar menabung. Agar tercipta sikap gemar menabung maka perlu di ciptakan suatu bentuk tabungan yang menarik.

Produk utama dari Bank Mandiri Taspen adalah produk tabungan yang terdiri dari tabungan Simantap Pensiun, Tabungan Simantap Berjangka, dan, Tabunganku. Simpanan dalam bentuk tabungan merupakan dana yang cukup potensial. Kecenderungan ini cukup beralasan karena mengingat persyaratan tabungan yang relative mudah.

Kegiatan Penghimpunan (funding) dana merupakan salah satu fungsi utama bagi bank umum devisa maupun non devisa. Kegiatan funding ini dilakukan dengan membeli dana dari pihak ketiga melalui beberapa produk simpanan yang

di tawarkan. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya merupakan lembaga keuangan yang memiliki strategi pemasaran pada masing-masing produk funding yang mereka tawarkan. Strategi pemasaran dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik pada produk funding Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya, sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan hal tersebut di atas Penulis perlu untuk mencari tahu tentang bagaimana strategi pemasaran Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya pada produk Tabungan Simantap Berjangka. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang "Strategi Pemasaran Tabungan Simantap berjangka (TSB) pada Bank Mandiri Taspen Kantor Tasikmalaya".

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Apa hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Bagaimana cara mengatasi hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi pemasaran tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan identifikasi masalah sebelumnya, Tugas Akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Strategi pemasaran produk tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Solusi untuk mengatasi hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi pemasaran tabungan simantap berjangka di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya untuk penulis sendiri dan umumnya untuk pihak lain.

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, dan sebagai perbandingan antara ilmu yang telah diperoleh semasa duduk dibangku perkuliahan dengan yang ada di PT. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sumbangan pikiran dan informasi untuk meningkatkan pengembangan keilmuan dan menjadi

bahan kajian dan pertimbangan untuk penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Bank

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pelaksanaan strategi dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan strategi dimasa yang akan datang terutama dibidang tabungan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya yang beralamat di JL. IR. H. Juanda No 1&2 Tasikmalaya, Sukamulya, Kec. Bungursari, Tasikmalaya, Jawa Barat 46151. Pada tanggal 22 Desember 2021 sampai dengan 02 Februari 2022. Untuk lebih jelasnya tahapan pembuatan Praktek Kerja Tugas Akhir ini penulis sajikan Tabel Matrik sebagai berikut:

Matrik Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Target Waktu Praktek Kerja																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Praktek Kerja																				
2.	Pengumpulan Data																				
3.	Pengolahan Data																				
4.	Bimbingan																				
5.	Sidang TA																				

Tabel 1 Matrik Waktu Penelitian