

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan zaman, perbankan di Indonesia kian berkembang pesat, baik itu dalam sistem teknologi maupun pelayanannya. Perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor pendukung dalam kemajuan sistem pelayanan perbankan di Indonesia, nasabah menjadi lebih mudah untuk mengakses layanan perbankan. Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Menurut Kasmir (2015: 11), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Fernandes dan Marlius (2018:12) Bank merupakan lembaga keuangan yang melakukan kegiatan dalam menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam kegiatan menghimpun dana, bank menggunakan pelayanan jasa customer service dalam

melayani nasabah baik dalam menitipkan dana ataupun nasabah yang akan menabung di bank.

Berdasarkan pasal 5 Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, ada 2 jenis Bank yaitu Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Bank umum tidak hanya berusaha di satu bidang usaha, tetapi juga dalam berbagai bidang usaha bank lainnya. Bank umum diperkenankan memberikan kredit dalam usahanya dan lebih menekankan perkreditan jangka pendek, yang dimaksud perkreditan jangka pendek adalah mendiskonto wesel-wesel serta surat-surat berharga, jual beli wesel dalam negeri dan luar negeri. Ditinjau dari usaha bank umum bergerak bukan hanya dalam sektor perdagangan dalam arti yang luas, tetapi juga sektor perindustrian, pertanian, perkebunan, pelayaran bahkan turut juga memberikan kredit kepada instansi pemerintah. Mengingat bidang usaha yang luas itu, maka kedudukan Bank umum telah mendapat kedudukan yang sangat penting. Sedangkan menurut Friskihlah E dan Lisbeth (2018:81) Bank Perkreditan rakyat (BPR) adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. Salah satu kegiatan usaha pokok bagi bank adalah memberikan kredit.

Sistem perekonomian saat ini pada umumnya merupakan sistem perekonomian global yang tidak lagi mengenal batas wilayah dan waktu sehingga

arus informasi dan komunikasi sangat cepat. Kondisi seperti ini mengakibatkan terjadinya persaingan diantara pelaku perekonomian termasuk perbankan. Lembaga perbankan baik yang berada di negara maju maupun negara berkembang menunjukkan persaingan yang sangat ketat. Setiap bank cenderung memiliki produk yang sama dengan bank lain. Hal ini disebabkan berbagai produk yang dihasilkan bank didasari pada fungsi utama bank sebagai lembaga *intermediate* antara masyarakat yang memiliki kelebihan dana dan masyarakat yang membutuhkan dana. Sehingga dalam mengambil minat masyarakat tentu terjadi persaingan yang ketat antarbank. Untuk memenangkan persaingan tersebut dilakukan dengan berbagai cara untuk menarik perhatian masyarakat, salah satunya adalah promosi.

PD. BPR Artha Galunggung sebagai Bank Perkreditan Rakyat Daerah merupakan salah satu perusahaan perbankan yang dimiliki oleh pemerintah daerah Tasikmalaya yang sekarang ini termasuk salah satu bank yang sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat, bank ini juga telah menggunakan computer dalam pengolahan datanya. Produk yang dimiliki oleh PD. BPR Artha Galunggung tidak hanya produk kredit saja, melainkan ada produk unggulan lain salah satunya adalah produk Tabungan SIGMA yang menjadi unggulan di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya. Strategi promosi merupakan awal dari pengenalan produk kepada konsumen yang sangat penting karena berkaitan dengan manfaat yang akan diperoleh perusahaan. Jika didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik, maka strategi promosi akan sangat bermanfaat. Penelitian ini merupakan penelitian ilmiah dengan metode penelitian

kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha memutuskan pembagian masalah yang sedang berlangsung berdasarkan data, analisis dan interpretasi, yang bertujuan untuk menemukan teori-teori dari lapangan. Strategi promosi yang dilakukan PD. BPR Artha Galunggung pada produk Tabungan SIGMA untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu: Melakukan penawaran ke sekolah-sekolah, masyarakat yang memiliki UMKM, serta ke berbagai lembaga pemerintahan dan lain-lain dengan cara jemput bola. Penawaran promosi dilakukan melalui brosur, sosialisasi, sosial media seperti website resmi serta melalui pemasangan spanduk yang terletak di tempat-tempat strategis.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis akan membahas mengenai penerapan *promotional mix* terhadap salah satu bank milik Daerah di Tasikmalaya yaitu PD. BPR Artha Galunggung. Di samping itu penulis sebelumnya melakukan praktik kerja lapangan di PD BPR Artha Galunggung Kantor Cabang Manonjaya. Berpijak pada konteks di atas, maka dapat dirumuskan judul Tugas Akhir ini yaitu **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIGMA PADA PD. BPR ARTHA GALUNGGUNG KC MANONJAYA TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan serta waktu yang penulis miliki, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diuraikan dalam laporan Tugas Akhir. Sesuai dengan latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Promosi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SIGMA di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya.
2. Apa saja hambatan dalam pelaksanaan Strategi Promosi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SIGMA di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya.
3. Bagaimana cara mengatasi hambatan yang terjadi pada saat pelaksanaan Strategi Promosi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SIGMA di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Strategi promosi apa saja yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan SIGMA di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya.
2. Hambatan strategi promosi yang dilakukan PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan SIGMA.
3. Solusi dari hambatan strategi promosi yang dilakukan oleh PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan SIGMA.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan untuk dapat memiliki nilai kegunaan, yakni bagi :

1. Penulis

Sebagai sarana untuk dapat lebih mengetahui dan bisa menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama menempuh studi, khususnya dalam strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan SIGMA di PD. BPR Artha Galunggung Kantor Cabang Manonjaya.

Hasil penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi PD. BPR Artha Galunggung Kantor Cabang Manonjaya untuk lebih luas lagi dalam mempromosikan produk tabungan SIGMA.

Dan diharapkan dapat memberikan masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan-kebijakan perbankan yang berkaitan dengan strategi promosi tabungan SIGMA.

2. Universitas Siliwangi

Laporan Tugas Akhir ini dijadikan sebagai sarana untuk dapat melihat sejauh mana mahasiswa menguasai teori selama praktek kerja dan wawasan yang dimiliki penulis. Dapat memberi acuan bagi mahasiswa lain dalam Menyusun Tugas Akhir. Dan juga sebagai referensi tambahan perpustakaan Universitas Siliwangi.

3. Pihak Lain

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan untuk meningkatkan pengetahuan serta tambahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan bahan masukan untuk penelitian yang mengangkat tema sejenis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Waktu Magang

Kegiatan magang ini dimulai pada tanggal 22 Desember 2021 sampai dengan tanggal 1 Februari 2022. Untuk jam kerja kegiatan magang dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 15.30 WIB.

2. Tempat Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan di PD. BPR Artha Galunggung Kantor Cabang Manonjaya. Berikut informasi lengkap mengenai perusahaan tempat pelaksanaan magang:

Nama Instansi : PD. BPR Artha Galunggung Kantor Cabang
Manonjaya.

Alamat : Jalan Kaum Kidul No. 9, Manonjaya,
Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46197.

Telepon : (0265) 380924

Tabel 1.1

Waktu Pelaksanaan Laporan Tugas Akhir

| No. | Kegiatan | Bulan Ke | | | | | | | | | | | |
|-----|--|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | | Februari | | | | Maret | | | | April | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Pengajuan Judul ke Pembimbing 1 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | ACC Judul oleh Pembimbing 1 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | ACC Judul oleh Pembimbing 2 | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Proses Bimbingan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Seminar Tugas Akhir | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Revisi Tugas Akhir dan Persetujuan Revisi | | | | | | | | | | | | |

Sumber: data diolah oleh penulis,2022