

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank adalah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan menerbitkan promes atau yang dikenal dengan *banknote*. Dalam melakukan pemasarannya bank membutuhkan strategi yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran di dalam bank terletak dari cara mempromosikan produknya agar tujuan yang diinginkan mampu dicapai, seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut maka bank perlu:

1. Memberikan nilai lebih terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada nasabah dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing. Menciptakan produk sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah.
2. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada calon nasabah sampai menjadi nasabah tetap bank yang bersangkutan.
3. Mampu mempromosikan produk secara baik agar mudah menarik calon nasabah maupun nasabah untuk menggunakan produk-produk lainnya di bank tersebut.

Untuk mencapai tujuan sasaran tersebut bank harus melakukan riset atau penelitian pemasaran dan memiliki jaringan informasi tentang mempromosikan produk yang baik. Dengan melakukan riset atau penelitian pemasaran tersebut bank dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah. Riset atau penelitian

ini juga dilakukan untuk mengetahui strategi apa saja yang sudah dibuat pesaing, sehingga bank mampu memberikan penawaran yang berbeda dengan pesaing.

Dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya memudahkan bank melaksanakan strategi guna menarik hati nasabah. Strategi yang dilakukan tergabung didalam bauran promosi (*promotional mix*) yang meliputi penentuan strategi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Bank Negara Indonesia merupakan perbankan nasional pertama di Indonesia, yang mampu bersaing dalam industri perbankan nasional. PT Bank Negara Indonesia sebagai lembaga keuangan yang berupaya menjadi bank yang berkinerja unggul dalam layanan dan kinerjanya dalam menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. PT Bank Negara Indonesia juga memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama melalui jaringan kerja yang telah tersebar luas di seluruh Indonesia sebagai langkah awal pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional.

PT Bank Negara Indonesia merupakan salah satu perbankan pertama terbesar di Indonesia memiliki kuantitas yang banyak dan juga tersebar hampir di seluruh pelosok nusantara. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk merupakan salah satu dari banyaknya kantor-kantor cabang yang di miliki BNI. Dengan kondisi dimana Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk ini memiliki banyak unit kerja yang memberikan peluang dan jaringan dalam memperluas jaringan usahanya yang ada di Tasikmalaya. Namun, dengan

melihat banyaknya pesaing Bank BNI juga memiliki strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya dan tentunya dengan tujuan meningkatkan kualitas yang terus menerus untuk menaikkan jumlah nasabah agar lebih baik dari yang sebelumnya dengan menargetkan penjualan tersebut.

PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk sebagai salah satu unit kerja yang menerapkan strategi promosi yang sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh Bank BNI. Hal ini juga dapat memudahkan Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk dalam bersaing dalam dunia perbankan yang semakin hari semakin meluas. Berdasarkan fenomena data bahwa Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk secara target pasar selama 3 tahun jumlah penabung pada produk Taplus BNI adalah sebagai cabang dengan jumlah tabungan tertinggi di banding cabang lainnya di Kantor Wilayah Tasikmalaya.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Pancawati, 2018) menjelaskan bauran promosi yang digunakan oleh PD BPR Bank Bapas Magelang untuk meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu periklanan, promosi, penjualan personal, pemasaran langsung dan pemasaran langsung. Promosi media periklanan yang digunakan melalui koran, radio, majalah, dan brosur. Penjualan personal dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan nasabah untuk mengkomunikasikan dan menjelaskan mengenai produk dan layanan perbankan yang ada pada Bank Bapas. Promosi yang dilakukan dengan memberikan promo bunga, memberikan hadiah kepada

nasabah dan juga instansi/dinas yang bekerjasama. Hubungan masyarakat yang dilakukan yaitu dengan memberikan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) seperti program praktek kerja/magang. Pemasaran langsung yang dilakukan yaitu dengan menghubungi lewat telepon dan mengadakan pertemuan dengan instansi terkait untuk memasarkan langsung produk Bank Bapas serta untuk membangun hubungan jangka panjang. Zuhriyah (2018) dalam penelitiannya menjelaskan PT Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro menerapkan bauran promosi seperti *advertising*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian yang dirumuskan dalam judul Tugas Akhir **“IMPLEMENTASI PROMOTION MIX PRODUK TABUNGAN TAPLUS PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU CIKURUBUK TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi *Promotion mix* Produk Tabungan Taplus Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.
2. Hambatan apa saja yang dihadapi dalam penerapan *Promotion mix* Produk Tabungan Taplus pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk. (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

3. Bagaimana solusi yang dihadapi dalam penerapan mengatasi hambatan penerapan *Promotion mix* produk tabungan taplus BNI pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Implementasi *Promotion mix* Produk Tabungan Taplus pada PT Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.
2. Jenis *promotion mix* yang tepat digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah pengguna tabungan BNI Taplus pada PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.
3. Hambatan dalam *Promotion mix* Produk Tabungan Taplus pada PT Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.
4. Solusi dalam mengatasi hambatan *Promotion mix* produk tabungan taplus BNI pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan pengetahuan di bidang perbankan dan promosi produk – produk bank. Dalam hal ini khususnya mengenai bagaimana penerapan strategi pemasaran *Promotion Mix* pada Produk Tabungan Taplus Pada PT

Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

1.4.2 Aspek Praktis

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini dapat menambah wawasan dan kemampuan praktis dalam dunia kerja serta pengembangan kepribadian untuk bersikap professional. Khususnya mengetahui lebih dalam pengetahuan tentang Promotion Mix Produk Tabungan Taplus Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

2. Bagi Nasabah

Sebagai informasi bagi Nasabah jika ingin membeli dan mengkaji keunggulan produk – produk yang ada di PT Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

3. Bagi Pihak Lain atau Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak yang berkepentingan. Khususnya Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk (persero) Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya dan dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan perbandingan dalam mempelajari masalah yang berkaitan dengan produk – produk kredit Bank dari pesaing.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cikurubuk Tasikmalaya beralamat di JL Ardiwinangun Ruko Mutiara Cikurubuk Tasikmalaya, Jawa Barat – 46182, Telep: (0265)347483.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Februari 2022 sampai dengan Mei 2022.

Tabel 1.1
Matriks Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				
		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 tugas akhir (Bab I-III)			■	■	■	■											
4	Pengumpulan data penelitian: Wawancara						■											
5	Pengolahan data penelitian						■											
6	Revisi tugas akhir (Bab I-V) dan persetujuan revisi							■	■	■	■	■	■	■	■	■		
7	Ujian tugas akhir																■	
8	Revisi paska ujian tugas akhir dan pengesahan revisi tugas akhir																	■

Sumber: Data diolah, 2022