

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan usaha dalam industri perbankan semakin tajam. Kemampuan menjual pada situasi yang sangat kompleks saat ini merupakan suatu tantangan yang amat besar karena semakin ketatnya persaingan dan semakin berkembangnya pengetahuan nasabah dalam industri jasa keuangan. Kemampuan tentang pemahaman produk dan proses atau prosedur bank tidak lagi memadai untuk dapat menjual produk yang saat ini semakin kompleks kepada nasabah yang semakin pintar. Para petugas penjualan saat ini harus lebih memahami hal-hal lain di luar sekedar menjual suatu produk. Mereka membutuhkan kemampuan untuk membangun hubungan dengan nasabah, menentukan kebutuhan nasabah, dan kejelian memadukan bagaimana dan mengapa jasa dan produk bank tersebut dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang sedang dihadapi oleh setiap nasabah. Oleh karena itu promosi akan produk-produk bank tidak mudah, artinya suatu bank perlu untuk selalu mengkaji strategi promosi yang telah ditetapkan dengan kondisi saat ini.

Strategi promosi merupakan awal dari pengenalan produk kepada konsumen yang sangat penting karena berkaitan dengan manfaat yang diperoleh perusahaan. Jika didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik, maka strategi promosi akan sangat bermanfaat. Strategi promosi yang dilakukan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk pada produk tabungan BNI Taplus Muda 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.

Dalam kehidupan sehari-hari, menabung merupakan aktivitas dalam menyisihkan sebagian pendapatan yang telah diterima melalui suatu proses yang dinamakan kerja dalam rangka mengatur pengeluaran agar lebih bijak serta tidak berlebihan dalam penggunaan uang tersebut. Namun, generasi milenial atau generasi yang saat ini berusia 20-30 tahun adalah generasi yang paling payah dalam mengatur Keuangan. Hal ini disebabkan karena generasi milenial memiliki gaya hidup yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Sebagian besar generasi milenial cenderung memiliki gaya hidup yang lebih boros, sulit menabung serta tidak terlalu memperdulikan kebutuhan investasi di masa yang akan datang. Untuk meningkatkan kesadaran menabung bagi generasi milenial tentunya dibutuhkan suatu produk tabungan yang mempunyai berbagai keuntungan. Tabungan merupakan salah satu produk bank yang paling banyak diminati karena kemudahan proses transaksinya yang bisa dilakukan kapan saja. Selain kemudahan dalam proses transaksinya, menabung di bank juga menjadi pilihan masyarakat demi keamanan uang yang ditabung. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk mengeluarkan produk tabungan yang dikhususkan untuk generasi muda Indonesia mulai dari usia 17 tahun sampai dengan usia 35 tahun, yaitu BNI Taplus Muda. Tabungan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran menabung generasi muda

dalam menyimpan dananya di bank dengan berbagai fasilitas yang akan diterima disesuaikan dengan kebutuhan anak muda masa kini.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis akan membahas mengenai strategi promosi terhadap produk Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi. Berpijak pada konteks di atas, maka dapat dirumuskan judul Tugas Akhir ini yaitu: **“STRATEGI PROMOSI TABUNGAN BNI TAPLUS MUDA DI PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG PEMBANTU CIAWI KABUPATEN 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 yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.
2. Apa hambatan dalam pelaksanaan Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.

3. Bagaimana cara mengatasi hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian di Bank BNI KCP Ciawi adalah untuk mengetahui:

1. Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.
2. Hambatan dalam pelaksanaan Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.
3. Cara mengatasi hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan Strategi Promosi Tabungan BNI Taplus Muda di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi Kabupaten Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, juga sebagai satu perbandingan antara ilmu yang telah diperoleh semasa perkuliahan dengan relasi yang ada di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ciawi.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi mengenai strategi promosi dalam produk tabungan taplus muda dalam menunjang perkuliahan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi khususnya untuk Fakultas Ekonomi.

3. Bagi Perusahaan

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

4. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umum, yaitu diantaranya menambah pengetahuan, menambah motivasi, minat dan wawasan masyarakat terutama dalam strategi promosi tabungan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi yang beralamat di Pakemitan, Kec. Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat-46156 Telepon (0265)454954.

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian Tugas Akhir ini adalah selama 3 bulan, yakni Februari sampai dengan April 2023.

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Laporan Tugas Akhir

No.	Jenis Kegiatan	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	Penerimaan SK Pembimbing TA																				
2	Pengajuan Judul TA																				
3	Acc Judul TA																				
4	Proses Bimbingan TA																				
5	Seminar Tugas Akhir																				

Sumber: Data diolah penulis, 2023