

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk tabungan Taplus Muda yang diterapkan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, khususnya di Kantor Cabang Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan tersebut.

Dengan ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis upaya PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Taplus Muda.

3.1.1 Gambaran Umum Penelitian

3.1.1.1 Profil Company

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI”) pada awal didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk

memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam

pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke- 4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan

finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance dan hibank.

3.1.1.2 Visi dan Misi

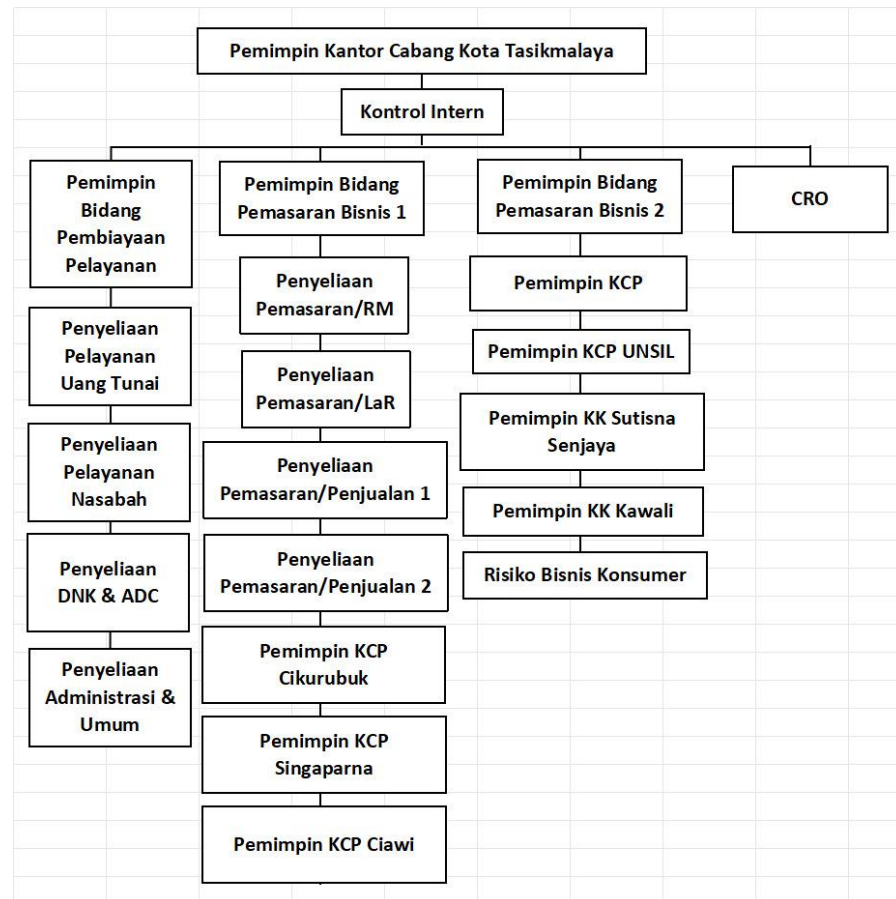
a. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

b. Misi

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi Investor.
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi Karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan Masyarakat.
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

3.1.1.3 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Tasikmalaya



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono dalam (Hardani, et al., 2020) Hakikat Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data/informasi sebagaimana adanya dan bukan sebagaimana seharusnya, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Tabungan Taplus Muda dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. Menurut Danin (2022), penelitian kualitatif percaya bahwa kebenaran itu adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka. Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan memahami fenomena sosial.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat terkait strategi pemasaran yang diterapkan serta hambatan yang dihadapi dalam implementasinya. Penelitian ini akan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Menurut Ajat (2018:1) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistik, aktual, nyata dan pada saat ini. Karena penelitian ini untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka. Penelitian

kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan memahami fenomena sosial.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat terkait strategi pemasaran yang diterapkan serta hambatan yang dihadapi dalam implementasinya. Penelitian ini akan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta studi dokumentasi dari sumber-sumber yang relevan. Menurut Ajat (2018:1) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistik, aktual, nyata dan pada saat ini. Karena penelitian ini untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktuaal, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian penulis ini mengumpulkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang di bahas, penulis menggunakan metode penelitian yang bertujuan untuk membuat laporan secara sistematis dan mengenai data-data yang akan dibahas dalam metode penelitian. Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan
 - a. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

Menurut *Esterberg* (dalam Sugiyono, 2019:231) mendefinisikan

sebagai berikut : “Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.” Maka penulis melakukan wawancara dengan cara tanya jawab secara offline dengan bagian pemasaran di PT. Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

b. Observasi langsung (*Participant Observer*)

Peneliti menggunakan teknik ini karena memungkinkan bagi peneliti untuk melihat dan mengamati sendiri yang terjadi di lapangan secara langsung.

2. Studi Kepustakaan (*Library Recarch*)

Menurut Sugiyono (2019: 40) Menyatakan, “Studi kepustakaan adalah yaitu berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.” Dalam hal ini, penulis mempelajari data dan informasi yang diperoleh dari jurnal, buku- buku, melalui media cetak maupun media elektronik, dan laporan tugas akhir angkatan sebelumnya tentang data penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang berbentuk deskriptif dan tidak berbasis angka, yang

menggambarkan konsep, pendapat, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan salah satu pegawai PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan serta hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi tersebut.

3.2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup hasil pengumpulan data, reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh penulis:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil pencatatan data dan data yang ada di lapangan. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan semua data dari hasil observasi, wawancara, dan studi kepustakaan.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah atau proses pemilihan, perumusan, penyederhanaan, pengabstrakan, transparansi data kasar yang muncul dari catatan lapangan dan menonjolkan pada hal yang

penting. Oleh karena itu penulis melakukan perampingan data dengan cara memilih data yang penting.

3. Penyajian Data

Dalam penyajian data ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Hal ini disesuaikan dengan jenis data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data, baik dari hasil observasi maupun wawancara mendalam terkait strategi pemasaran produk tabungan Taplus Muda dalam meningkatkan jumlah nasabah

4. Penarikan Kesimpulan

Simpulan merupakan intisari dari hasil penelitian yang menggambarkan pendapat terakhir peneliti.