

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang

Dalam mengembangkan suatu produk pada sebuah perusahaan, tentu banyak aspek yang harus diperhatikan salah satunya adalah bagaimana perusahaan tersebut tetap menjaga konsistensi dalam melakukan promosi agar perusahaan tersebut tetap tumbuh dan berkembang. Dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh para nasabah atau masyarakat sekitar akan hadirnya sebuah perusahaan, maka hal itu tidak lepas dalam upaya yang dilakukan perusahaan untuk memikat hati para nasabahnya, dalam kehidupan sehari-hari, orang tentunya melakukan aktivitas yang berkaitan dengan masalah keuangan dan tidak akan terlepas dengan Bank.

Promosi merupakan upaya kegiatan yang dilakukan seseorang atau perusahaan kepada masyarakat atau kepada calon nasabahnya, tujuan dari promosi adalah untuk memperkenalkan produk kepada nasabah atau masyarakat dalam maksud untuk mempengaruhi nasabah untuk membeli atau menggunakan produk yang di promosikan tersebut. Promosi dilakukan agar meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta membuat nasabah yakin akan suatu produk atau merek. Promosi ini umumnya digunakan seorang *marketer* untuk bisa memberikan informasi dan manfaat suatu produk guna untuk mendorong calon nasabah agar mau dan yakin untuk menggunakan produk yang telah ditawarkan oleh pihak bank. Jenis-jenis promosi yang dilakukan seperti *personal selling*, *public relation*, *direct marketing*, dan *advertising*.

Bank BUMN adalah bank umum yang sebagian besar modalnya berasal dari pemerintah. Walaupun kepemilikan saham Bank BUMN terbuka untuk public, namun persentasi kepemilikannya lebih besar ke pemerintah. Bank BUMN di Indonesia terdiri dari 4 macam dan diantara 4 macam tersebut memiliki focus yang berbeda-beda, Bank BUMN yang ada di Indonesia antara lain, Bank BRI yang berfokus utama pada bisnis UMKM dan ultra mikro. yang kedua ada Bank Mandiri yang fokus utamanya menggarap segmen korporasi dan pengusaha nasional agar dapat terus bangkit, yang ketiga ada Bank BNI memiliki fokus yang khusus yaitu menggarap bisnis internasional, dan yang ke terakhir ada Bank BTN yang berfokus pada sektor perumahan untuk mengurangi angka backlog dan membantu masyarakat, termasuk milenials.

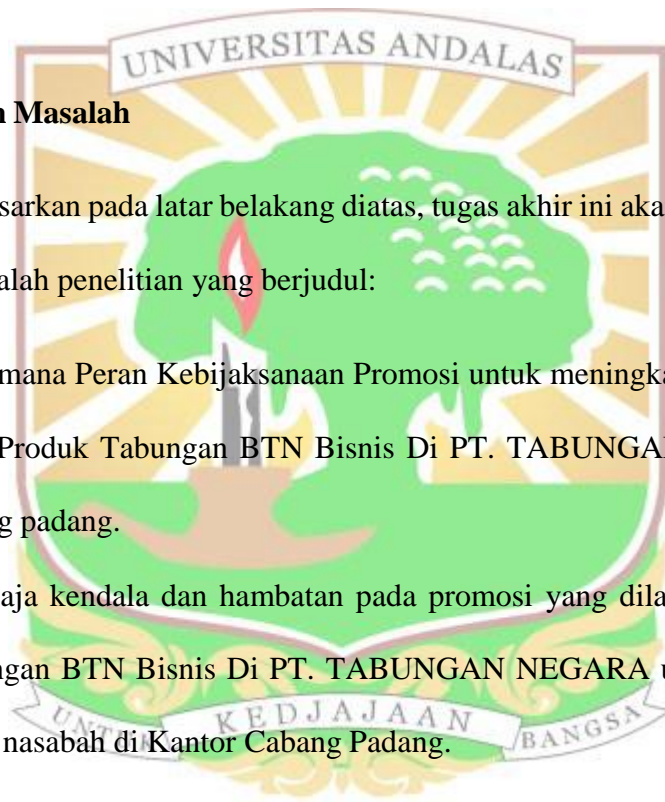
Bank BTN adalah salah satu Bank BUMN yang ada di Indonesia, yang masuk dalam jajaran Top 10 Bank di Indonesia dengan fokus pembiayaan sektor perumahan dan memiliki market share KPR (kredit perumahan rakyat) terbesar yang ada di Indonesia. Kerja sama Dengan salah satu pihak ketiga salah satunya adalah developer. Berdasarkan wawancara sebelumnya masalah pada tahun 2021 yaitu pertumbuhan pendanaan DPK (Dana Pihak Ketiga) ritel Bank BTN KC Padang belum optimal sehingga pada tahun 2022 Pihak Bank BTN meluncurkan produk tabungan BTN Bisnis dengan tujuan sebagai upaya pencapaian target DPK (dana pihak ketiga) pada tahun 2022 dari VOA (volume of account) dan NOA (number of account) khususnya pada produk tabungan.

Untuk mewujudkan, maka perlu adanya sebuah promosi agar produk tabungan BTN Bisnis lebih dikenal oleh para nasabah serta merasakan manfaat pada produk tabungan BTN Bisnis di PT. Tabungan Negara Kantor Cabang Padang. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan membahas tentang **Peran Kebijakan Promosi Pada Produk Tabungan BTN Bisnis Di PT. TABUNGAN NEGARA untuk meningkatkan minat nasabah di Kantor Cabang Padang.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, tugas akhir ini akan membahas tentang rumusan masalah penelitian yang berjudul:

1. Bagaimana Peran Kebijakan Promosi untuk meningkatkan minat nasabah Pada Produk Tabungan BTN Bisnis Di PT. TABUNGAN NEGARA kantor cabang padang.
2. Apa saja kendala dan hambatan pada promosi yang dilakukan Pada Produk Tabungan BTN Bisnis Di PT. TABUNGAN NEGARA untuk meningkatkan minat nasabah di Kantor Cabang Padang.
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala dan hambatan pada promosi yang dilakukan pada produk tabungan BTN bisnis di PT. Bank Tabungan negara dikantor cabang padang.



### 1.3 Tujuan penelitian

Dari perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Peran Kebijakan Promosi Pada Produk Tabungan BTN Bisnis Di PT. TABUNGAN NEGARA untuk meningkatkan minat nasabah di Kantor Cabang Padang.
2. Untuk mengetahui Apa saja kendala dan hambatan serta pada promosi yang dilakukan Pada Produk Tabungan BTN Bisnis Di PT. TABUNGAN NEGARA untuk meningkatkan minat nasabah di Kantor Cabang Padang.
3. Untuk mengetahui solusi dari kendala yang sedang dihadapi pada promosi yang dilakukan pada produk tabungan BTN bisnis di PT. Tabungan Negara di kantor cabang Padang.

### 1.4 Manfaat Magang

Manfaat penelitian terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat bagi akademisi dan manfaat bagi praktisi sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan kepustakaan untuk memperkaya Pustaka yang ada, sehingga dapat dimanfaatkan oleh peserta didik untuk menjadi bahan ajar berikutnya dalam proses di bidang pemasaran, serta mampu menerapkan strategi promosi yang baik dan mengetahui langkah yang baik dalam melakukan promosi terhadap suatu produk.

## 2. Manfaat bagi praktisi

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan upaya promosi pada suatu produk dan mengetahui Langkah apa yang akan dilakukan dalam memahami promosi yang baik untuk meningkatkan hubungan relasi jangka panjang dengan nasabah serta merasakan tantangan kerja dalam suatu perusahaan.

### 1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian ini dilakukan menggunakan metode observasi. Metode observasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mencatat informasi dengan mengamati langsung objek penelitian di Bank BTN Kantor Cabang Padang untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya.

### 1.6 Ruang Lingkup pembahasan

Berdasarkan judul yang telah di ambil oleh peneliti dan pembahasan latar belakang diatas, penulis akan memfokuskan terhadap Peran kebijaksanaan Promosi pada Produk Tabungan BTN Bisnis di PT. TABUNGAN NEGARA untuk meningkatkan minat nasabah di Kantor Cabang Padang.

### 1.7. Tempat dan Waktu Magang

Magang ini dilakukan di PT. TABUNGAN NEGARA Kantor Cabang Padang yang beralamat di JL. Rasuna said no. 3, Jati Baru, Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat, magang ini dilakukan dalam kurun waktu 40 hari lamanya.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Magang, Ruang Lingkup Pembahasan, Tempat dan Waktu Magang dan Sistematika Penulisan yang telah dilakukan oleh si penulis.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

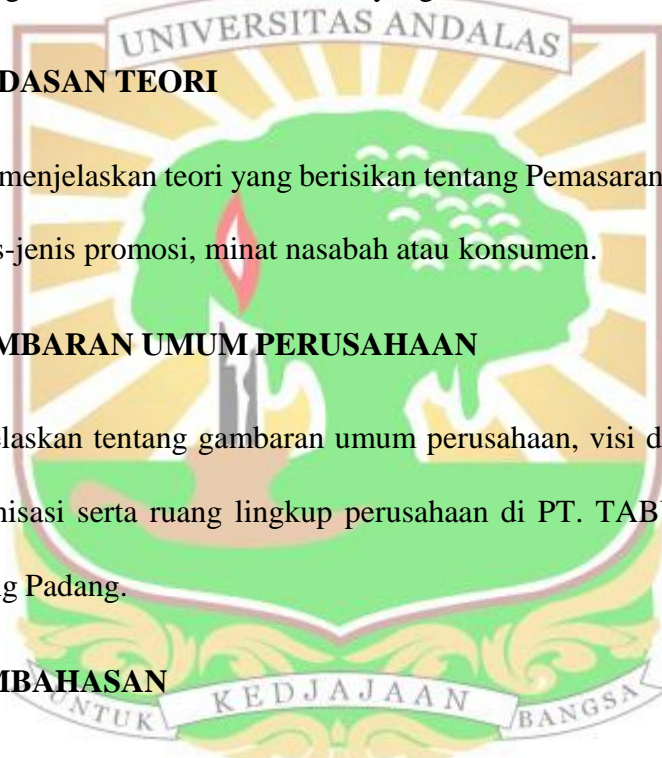
Yaitu menjelaskan teori yang berisikan tentang Pemasaran, Bauran pemasaran, promosi, jenis-jenis promosi, minat nasabah atau konsumen.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi serta ruang lingkup perusahaan di PT. TABUNGAN NEGARA Kantor Cabang Padang.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Yaitu tentang upaya dalam meningkatkan peran kebijaksanaan promosi pada produk Tabungan BTN Bisnis di PT. TABUNGAN NEGARA Kantor Cabang Padang dan kendala yang sedang terjadi terhadap produk BTN Bisnis pada saat sekarang



## **BAB V PENUTUP**

Penutup yang berisikan suatu kesimpulan dan solusi serta saran yang bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan di PT. TABUNGAN NEGARA Kantor Cabang Padang

