

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan perekonomian suatu negara, industri perbankan selaku lembaga tempat terjadinya transaksi keuangan memegang peranan penting karena sangat berpengaruh dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara yang membantu pemerintah dalam mencapai kemakmuran.

Salah satu peranan bank sebagai lembaga kepercayaan adalah menghimpun dana yang berasal dari masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat untuk menunjang pembangunan. Bank juga berperan sebagai dinamisator perekonomian maksudnya adalah bank merupakan pusat perekonomian, sumber dana, pelaksanaan lalu lintas pembayaran, memproduktifkan tabungan dan pendorong kemajuan perdagangan nasional dan internasional

Pada saat ini, bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara. Masyarakat maupun kalangan industri/usaha sangat membutuhkan jasa bank dan lembaga keuangan lainnya untuk mendukung dan memperlancar aktivitasnya. Di Indonesia, masyarakat pada umumnya memiliki banyak kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan mendesak maupun kebutuhan dimasa mendatang. Dalam mengatur pengeluaran terhadap kebutuhan hidup, menabung menjadi salah satu cara bagi masyarakat. Menabung merupakan aktivitas dalam menyisihkan sebagian

pendapatan yang kita terima dalam rangka membuat kita menjadi lebih bijak dan tidak berlebihan dalam pemakaian uang tersebut.

Oleh karena itu, menabung menjadi hal yang penting karena gaya masyarakat yang cenderung konsumtif. Menabung dapat dilakukan dimana saja, tetapi keamanan dari aset atau uang yang ditabung harus diperhatikan. Untuk itu, bank menjadi pilihan masyarakat untuk menyimpan uangnya dan melakukan transaksi pembayaran yang diperlukan

Menurut undang-undang RI No.10 Tahun 1998 bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian bank menurut Dr. Kasmir (2012) mengemukakan bahwa bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Berdasarkan penjelasan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian bank meliputi menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pendukung.

Persaingan usaha dalam industri perbankan semakin ketat. Dimana persaingan masing-masing bank berlomba-lomba menciptakan dan memperkenalkan produk dan jasa dengan sistem pemasaran yang dimiliki. Suatu bank harus mampu bersaing dengan tujuan utama untuk memuaskan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam kebutuhannya dan lebih selektif

dalam memilih bank yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Untuk itu usaha pemasaran akan produk-produk bank tidak mudah, artinya dimana suatu bank harus selalu mengkaji strategi pemasaran yang telah ditetapkan dengan kondisi saat ini. Menurut (Yusuf Saleh dan Miah Said, 2011) Pemasaran adalah fungsi dari kegiatan dan hubungan yang berproses untuk membuat, menghubungkan, dan menuaikan nilai untuk konsumen agar dapat mengelola ikatan dengan konsumen melalui cara yang berguna untuk organisasi dan orang-orang yang bersangkutan terhadap organisasi. Keinginan dan kebutuhan pelanggan adalah hal yang terpenting dalam sebuah pemasaran, karena tujuan sebuah pemasaran hanya terpaku kepada kepuasan pelanggan. Dengan baiknya kinerja strategi pemasaran yang diterapkan maka hasilnya akan memuaskan baik dipihak internal maupun eksternal. Menurut Assauri (2013) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan pada masing-masing tingkatan terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Melihat kondisi tersebut, seluruh institusi perbankan termasuk juga BNI berlomba-lomba dan bersaing memasarkan produk tabungan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya di kalangan anak muda. Bank Negara Indonesia sebagai salah satu bank pemerintah memasarkan juga produk tabungan BNI Taplus Muda yang dilayani diseluruh Kantor Cabang BNI termasuk didalamnya Kantor Cabang BNI UNAND.

Dalam hal ini salah satu produk yang paling menarik dan sangat diminati oleh kaum pemuda yaitu Taplus Muda, dimana Taplus Muda itu adalah produk simpanan dalam bentuk tabungan yang merupakan produk dari BNI Taplus

yang diluncurkan pada tanggal 5 Juli 2012 dan diperuntukan bagi kaum muda. Tabungan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran menabung generasi muda antara usia 15-25 tahun dalam menyimpan dananya dengan berbagai fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan anak muda masa kini. Sebagai produk dengan persyaratan mudah dan ringan. Tabungan Taplus Muda juga mempunyai biaya potongan administrasi yang lebih murah dari pada Taplus Utama yaitu sebesar Rp 10.000/bulan, biaya administrasi yang diberikan untuk rekening BNI Taplus Muda sebesar Rp 5.000/bulan, setoran awal minimal Rp 100.000 lebih murah daripada Taplus Utama yang setoran dengan awalnya Rp 250.000 dan setoran selanjutnya sebesar Rp 10.000, juga dapat mendesain gambar pada kartu ATM sesuai selera masing-masing. Selain itu fasilitas yang diberikan pada tabungan Taplus Muda antara lain e-banking, BNI CDM (Cash Deposit Machine), BNI Cashless (ATM Non Tunai), Layanan notifikasi transaksi via SMS.

Berdasarkan uraian diatas, penulis memilih untuk mengkaji lebih lanjut lagi hal-hal yang berhubungan dengan strategi pemasaran tabungan taplus muda dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada bank BNI cabang Unand dan menuangkannya dalam bentuk hasil tugas akhir karena produk tabungan TAPLUS pada Bank Negara Indonesia Cabang Utama Padang memiliki minat dan respon yang bagus, maka penulis tertarik untuk membahas dalam penyusunan Laporan Magang penulis dengan judul : **“Strategi Pemasaran Tabungan Taplus Muda dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Bni Kcp Unand”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian diatas,maka permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran tabungan Taplus Muda dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada BNI KCP Unand?

1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan hasil rumusan masalah diatas, maka tujuan magang adalah untuk mengetahui Strategi pemasaran tabungan Taplus Muda dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada BNI KCP Unand.

1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat magang yaitu diharapkan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mahasiswa/i untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktisi

Sebagai sumber referensi informasi untuk penelitian untuk bidang perbankan serta mengetahui strategi pemasaran tabungan taplus muda dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada BNI KCP Unand.

1.5 Metode Magang

Data yang dikumpulkan dengan menggunakan pengamatan langsung kepada pihak instansi tersebut untuk memperoleh informasi atau wawancara

langsung dengan karyawan BNI KCP Unand. Metode ini dilakukan selama magang di PT Negara Indonesia cabang Unand.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Magang akan dilakukan pada BNI KCP Unand yang beralamat Komplek UPT Pusat Bahasa Universitas Andalas, Limau Manis Kec.Pauh, Kota Padang. Kegiatan magang ini dilakukan dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada Laporan Kerja Praktek terdiri dari lima bab, dimana setiap bab terdiri dari :

BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat dari magang, metode penulisan, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang terdapat beberapa konsep dari teori penelitian. Pada bab ini setiap variabel dijelaskan dari sudut pandang konseptual. Bagian landasan teori ini mengacu kepada teks/buku ajar/jurnal ilmiah.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Merupakan profil lembaga meliputi sejarah umum Bank BNI, visi – misi, makna logo dan slogan, gambaran umum BNI KCP Unand, struktur

instansi BNI KCP unand, pekerjaan pokok petugas BNI KCP Unand, kultur perusahaan dan produk-jasa yang ditawarkan.

BAB IV Pembahasan

Bab ini lebih lanjut menjelaskan “Strategi Pemasaran Tabungan Taplus Muda dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank BNI KCP Unand “.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran. Pada bagian ini saran diberikan kepada Bank Bni Cabang Unand sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan perusahaan.

