

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan saat ini telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, seiring dengan pesatnya pertumbuhan perbankan maka semakin ketat persaingan dalam mencari nasabah yang loyal dalam meningkatkan kualitas bank yang dapat meningkatkan finansial bank tersebut. Disamping itu, bank juga berperan sebagai stabilisator perekonomian suatu daerah. Salah satu ukuran dalam keberhasilan suatu bank adalah dalam mengelola produk dana yang disimpan oleh nasabah dalam bentuk tabungan yang diberikan, mengingat pendapatan bank sebagian besar didapatkan dalam bentuk tabungan yang diterbitkan oleh bank tersebut.

Mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan produk dan jasa khususnya bank, hal ini merupakan tantangan besar bagi setiap bank dalam memperoleh kepercayaan masyarakat agar menjadi nasabah bank tersebut, dimana semakin menjamurnya perusahaan perbankan yang siap memberikan berbagai kemudahan terhadap apa yang dibutuhkan konsumennya, tetapi itu tidaklah mudah karena konsumen pada saat ini sangat kritis.

Bank memiliki berbagai macam produk, baik itu produk dana yang dihimpun dari masyarakat tersebut maupun yang akan disalurkan kepada masyarakat. Produk bank tersebut berbentuk : Tabungan, giro, deposito, kredit, transfer, dan lain-lain.

Oleh karena itu maka diperlukannya peranan aktivitas promosi untuk memasarkannya.

Aktivitas promosi merupakan suatu kegiatan yang mempunyai peranan penting dan juga merupakan jantung dari suatu perusahaan terutama bank. Walaupun

penjualan produk atau jasa sudah terlaksana sesuai dengan yang diharapkan, tetapi aktivitas promosi akan terus berlanjut. Maka dari itu, berkembangnya atau tidak suatu perusahaan tergantung pada seberapa besarnya kemampuan perusahaan dalam mempromosikan produknya untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya terutama dalam produk tabungan.

Bauran promosi terdiri atas 5 elemen yaitu : Iklan (*advertising*), produk perusahaan yang dipromosikan haruslah menarik bagi calon konsumen. Penggunaan iklan haruslah dilakukan secara berkala agar konsumen atau calon konsumen merasa lebih tertarik. Promosi penjualan (*sales promotion*), perusahaan harus aktif dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hubungan masyarakat (*public relation*), penggunaan hubungan masyarakat digunakan untuk mempengaruhi opini konsumen dan calon konsumen. Pemasaran langsung (*direct marketing*), dengan adanya pemasaran langsung perusahaan dapat juga mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen atau calon konsumen dan yang terakhir penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan pribadi adalah upaya yang dilakukan untuk dapat melakukan interaksi langsung antara tenaga penjual dengan calon konsumen.

Di Kota Padang telah berdiri beberapa bank yang menawarkan produk tabungan sehingga persaingan dalam industri perbankan sangat ketat, baik bank yang dimiliki oleh pemerintah maupun pihak swasta, bank tersebut juga memiliki bank dengan sistem syariah. Di antaranya Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Nagari Syariah, dan lain sebagainya. Kehadiran bank-bank tersebut secara ekonomi memberikan keuntungan kepada masyarakat umum khususnya para pelaku ekonomi yang menginginkan transaksi perbankan

berlandaskan sistem syariah dengan memulai suatu akad pada saat terjadinya transaksi. Mengingat bahwa menabung di bank yang memiliki sistem syariah memberikan kelebihan penyimpanan uang lebih aman, serta tidak akan menimbulkan riba atau bunga yang sifatnya haram. Ini merupakan tantangan besar bagi Bank Syariah Mandiri Area Padang untuk memperoleh kepercayaan agar tetap eksis dalam persaingan perbankan yang cukup ketat dalam hal menghimpun produk tabungan. Kebijakan promosi berpengaruh sekali dalam perkembangan perbankan, terutama produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri kepada nasabahnya. Selain itu diperlukannya pengawasan, pemantauan dalam mempromosikan produk, dan kepuasan konsumen agar tetap royal pada produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan eksternal perusahaan yaitu : Persaingan, konsumen potensial, dan teknologi, serta lingkungan internal yaitu : Sumber daya perusahaan, strategi perusahaan, dan kebijakan-kebijakan perusahaan.

Dalam penerapan kebijakan promosi ada berbagai cara yang dilakukan Bank Syariah Mandiri dalam mendapatkan nasabah dan memberikan kepuasan, dimana terdapat berbagai upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu penggunaan lima bauran promosi yang ada. Penggunaan bauran tersebut digunakan juga oleh Bank Syariah Mandiri Area Padang dalam promosi produk dana lainnya seperti Giro Bank Syariah Mandiri, tabungan deposito Bank Syariah Mandiri, Mikro BSM, Gadai Emas, dan lain-lain yang diperuntukkan bagi masyarakat luas dan para pelaku ekonomi. Untuk menggarap pasar potensial Bank Syariah Mandiri telah memiliki kantor cabang yang tersebar di berbagai daerah. Dalam halnya kebijakan

promosi Bank Syariah Mandiri lebih menekankan pendekatan langsung terhadap nasabah dan calon nasabah.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian pernyataan yang diperoleh, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di perusahaan tersebut dengan judul “**Kebijakan Bauran Promosi Produk Tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang?.
2. Apa saja kendala atau masalah yang ditemui dalam penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang?.
3. Apakah solusi dalam pelaksanaan penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang?.

1.3 Tujuan Magang

Tujuan magang ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang.
2. Untuk mengetahui kendala atau masalah yang dihadapi dalam penerapan pelaksanaan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang.
3. Untuk mengetahui solusi dalam pelaksanaan penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang.

1.4 Manfaat Magang

Manfaat magang ini adalah :

1. Bagi Akademis

Dengan mengetahui pelaksanaan penerapan kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang, maka kita mendapatkan manfaat :

- a. Menambah ilmu dan wawasan, berfikir serta memantapkan ilmu yang telah diperoleh.
 - b. Untuk mendapatkan pengalaman-pengalaman teknis bagi penulis agar kemampuan dibidang pemasaran dapat ditingkatkan lagi.
2. Bagi praktisi
Sebagai bahan referensi bagi pihak Bank Syariah Mandiri Area Padang dalam usahanya untuk terus meningkatkan strategi promosi produk tabungan bagi nasabah maupun calon nasabah.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Untuk memenuhi salah satu program kuliah wajib yang harus dilakukan oleh penulis, maka penulis melaksanakan magang yang sesuai dengan judul tugas akhir yang diajukan oleh penulis, yaitu “Kebijakan Bauran Promosi Produk Tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang”.

Pelaksanaan magang dimulai dari tanggal 27 Desember 2016 sampai dengan 20 Februari 2017 atau selama 40 hari kerja.

.6 Sistematika Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan landasan teori yang menjelaskan teori - teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, motto perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan produk serta jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri.

BAB IV : PEMBAHASAN

Menguraikan tentang kebijakan bauran promosi produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Area Padang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

