

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lembaga keuangan berkembang dengan berbagai jenis layanan yang tersedia sesuai dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan negara. **Lembaga keuangan** ialah institusi yang berperan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang memerlukan dana (*lack of funds*). Fungsi utama lembaga keuangan yakni bertindak sebagai *financial intermediary* bagi masyarakat.

Saat ini, lembaga keuangan perbankan, baik yang berbasis konvensional maupun syariah, ialah salah satu bentuk lembaga keuangan yang sedang mengalami pertumbuhan pesat. Mengacu pasal 1 angka (1) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Konvensional, yakni “Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Mengacu UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, yang didefinisikan sebagai bank ialah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit maupun bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak”. Perbankan di Indonesia memiliki sistem dan mekanisme tersendiri dalam menghimpun dana serta mengalokasikannya secara optimal guna menghasilkan keuntungan, baik bagi institusi perbankan itu sendiri maupun dalam skala nasional. Lebih jauh lagi, bank menjalankan peran krusial dalam sistem keuangan, antara lain dalam aspek likuiditas, pengalihan aset, transaksi, dan peningkatan efisiensi (D. Kasmir, 2014:6).

Bank bergerak di sektor keuangan, yang mengindikasikan bahwa seluruh aktivitas usahanya senantiasa berkaitan dengan aspek finansial. Sebagai lembaga keuangan, bank menjalankan tiga fungsi utama, yakni menghimpun simpanan dana, menyalurkan pinjaman, serta menyediakan berbagai layanan jasa transfer dana, seperti pembayaran tagihan (*bill payment*), penampungan pembayaran (*collection*), penitipan barang berharga (*safe deposit box*), dan layanan lainnya. Beragam layanan ini dirancang untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, sehingga aktivitas finansial antarwarga menjadi lebih cepat, efisien, dan efektif.

Selaku institusi keuangan yang menyediakan jasa keuangan, bank juga memerlukan strategi pemasaran dalam mempromosikan produk dan layanannya. Terkait hal tersebut, terdapat sejumlah tujuan yang hendak dicapai bank. Dengan kata lain, aspek kunci pemasaran bank berkaitan dengan pada tujuannya, dari mulai mendorong kualitas layanan dan menawarkan variasi produk yang memenuhi permintaan dan kebutuhan pelanggan (Kasmir, 2010:172). Saat ini, karena banyaknya layanan perbankan, maka bank wajib menetapkan langkah yang tepat agar bisa memicu daya tarik publik. Bagaimana bank mempromosikan produk dan layanannya, kapabilitas mereka menjawab apa yang dibutuhkan public, dan upaya tata kelola dana yang didapat serta penyediaan berbagai fasilitas dan jasa melalui beragam keunggulan dan kemudahannya, semuanya itu menunjukkan bahwa bank tersebut dapat dikatakan berhasil (Nur Rianto Al Arif, 2010:5).

Satu di antara lembaga keuangan yang beroperasi di Indonesia ialah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Didirikan pada 5 Juli 1946, BNI menjadi bank milik negara pertama yang berdiri pascakemerdekaan Indonesia. Lembaga ini lahir pada

masa perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia dan sempat menjalankan fungsi sebagai bank sentral sekaligus bank umum, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 1946.

BNI telah dijalankan di beragam wilayah di Indonesia satu di antaranya ialah di Sumatra Barat Kota Padang, di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang menawarkan produk tabungan yang bisa mendatangkan keuntungan untuk nasabah mereka. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang, dituntut supaya mampu bersaing. Itulah mengapa, perlu adanya strategi pemasaran yang memadai, supaya mampu bersaing dengan kompetitornya. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang memasarkan produknya kepada nasabah dengan melakukan segmentasi pasar berdasarkan kriteria tertentu yang diinginkan. Strategi segmentasi ini mempermudah dalam menetapkan target nasabah atau konsumen secara lebih terarah. Produk tabungan yang ditawarkan oleh BNI Cabang Proklamasi Padang meliputi BNI Taplus, BNI Taplus Bisnis, BNI Taplus Anak, dan BNI Taplus Muda. BNI Taplus Bisnis ialah produk tabungan yang ditujukan bagi pelaku usaha maupun non-pelaku usaha, baik individu maupun entitas non-individu, BNI Taplus Anak ialah tabungan yang diperuntukkan bagi Anak usia 0 hingga 17 tahun, BNI Taplus Muda ialah produk tabungan yang diperuntukkan bagi anak muda Indonesia.

Berkaitan dengan yang telah diuraikan di atas, bisa dikatakan penulis mempunyai ketertarikan untuk membuat tulisan mengenai PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN PADA BANK NEGARA INDONESIA CABANG**

PROKLAMASI PADANG. ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh si penulis terdapat beberapa uraian, yaitu :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Tabungan yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang?
2. Apa saja hambatan dalam melakukan Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang?
3. Apa saja Solusi yang dilakukan dalam Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dari penelitian dan penulisan laporan ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Tabungan yang dilakukan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang.
2. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi dalam melakukan Strategi Pemasaran Tabungan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang.
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan pada Strategi Pemasaran Tabungan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang.

1.4 Manfaat Penulisan

Melalui penulisan laporan Tugas Akhir pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang, diharapkan dapat memberikan manfaat

bagi penulis, bagi Perguruan Tinggi Universitas Andalas dan bagi pembaca. Adapun manfaat yang diperoleh bagi ketiga pihak tersebut.

A. Manfaat Teoritis

Penyusunan penulisan laporan Tugas Akhir harapannya bisa memperkaya pengetahuan terkait strategi pemasaran yang diimplementasikan produk tabungan perbankan, utamanya Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Dalam Penyusunan penulisan laporan Tugas Akhir, manfaat yang dapat diperoleh bagi si penulis adalah dapat memahami Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang. Penulisan ini dapat dijadikan sebagai sarana dalam menerapkan pengetahuan yang penulis dapatkan selama di perkuliahan khususnya, pada mata kuliah Pemasaran Produk dan Jasa Perbankan, serta Penulisan ini menjadi sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas.

2. Bagi Perguruan Tinggi Universitas Andalas

Dari hasil penulisan laporan Tugas Akhir ini, bisa berkontribusi guna meningkatkan mutu mahasiswa utamanya yang menempuh studi Perbankan dan Keuangan terkait aktivitas pemasarannya, terutama terkait Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang

Proklamasi Padang.

3. Bagi Pembaca

Pembaca dapat menjadikan penulisan laporan Tugas Akhir ini sebagai sarana menambah wawasan terkait pengetahuan yang telah dijabarkan oleh si penulis, yaitu mengenai Strategi Pemasaran Tabungan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Terkait pelaksanaan kegiatan magang, penulis menetapkan waktunya ialah dalam 40 hari kerja pada 13 Januari hingga 12 Maret 2025

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam Penyusunan penulisan laporan Tugas Akhir ini, peneliti mempergunakan analisis data kualitatif deskriptif, yakni teknik analisis yang mempergunakan deskripsi ataupun narasi melalui kata guna menerangkan informasi dan fenomena yang diamati. Metode ini bisa dilaksanakan lewat tiga tahapan, di antaranya:

1. Wawancara

Dalam mengumpulkan datanya, akan dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber.

Metode wawancara yang akan digunakan untuk pengumpulan data ini adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti akan mengetahui informasi apa yang akan diperoleh dari narasumber, seperti membuat beberapa pertanyaan yang akan diajukan dan menggunakan alat bantu seperti *recorder* dan kamera untuk mengambil gambar.

2. Studi Dokumen

Pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen merupakan bentuk pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis penulis.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung di BNI Cabang Proklamasi Padang. tentang objek yang diteliti, serta melakukan pencatatan terhadap mekanisme Strategi Pemasaran Tabungan pada BNI Cabang Proklamasi Padang sehingga memberikan gambaran yang sesungguhnya dari objek yang diteliti oleh penulis.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini terdiri atas V BAB, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan dan manfaat Penulisan, tempat dan waktu magang, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

BAB ini membahas Landasan Teori berisi tinjauan pustaka mengenai Pengertian Bank, Fungsi Bank, Pengertian

Strategi Pemasaran, Tujuan Pemasaran, Konsep Pemasaran,
Pengertian Tabungan dan Pengertian Nasabah

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

BAB ini membahas tentang gambaran umum Bank Negara
Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang yang
terdiri dari profil perusahaan, sejarah singkat, visi, misi,

nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi umum PT. Bank
Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi
Padang, deskripsi jabatan, produk dan jasa PT. Bank
Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi Padang

BAB IV : PEMBAHASAN

BAB ini berisi tentang inti dari pembahasan penulisan Tugas
Akhir, yang menjelaskan tentang analisis strategi pemasaran
tabungan, hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran
tabungan dan solusi yang dilakukan pada strategi pemasaran
tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Cabang Cabang Proklamasi Padang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan serta saran yang
bersifat membangun mengenai Strategi Pemasaran Tabungan
PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Proklamasi
Padang.