

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dana pihak ketiga (DPK) merupakan salah satu pilar utama dalam industri perbankan yang berperan sebagai sumber dana terbesar bagi bank dalam menjalankan aktivitas operasional dan penyaluran kredit kepada masyarakat. Secara umum, keberadaan dana pihak ketiga sangat penting karena dapat mencerminkan kesehatan dan kemampuan bank dalam menghimpun dana dari masyarakat sebagai dana murah yang berkelanjutan. Dana pihak ketiga terdiri dari simpanan giro, tabungan, dan deposito yang dihimpun dari masyarakat dengan harapan dapat memberikan imbal hasil dan juga kekuatan likuiditas bagi bank.

Dalam konteks peraturan perbankan di Indonesia, dana pihak ketiga diatur melalui berbagai regulasi, terutama yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Misalnya, Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/16/PBI/2013 menjelaskan tentang kewajiban dan pengelolaan dana pihak ketiga serta pengawasannya guna menjamin stabilitas sistem perbankan. Selain itu, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mengatur fungsi bank dalam menghimpun dana dan menyalurkan kredit secara prudensial dan transparan.

Pertumbuhan dana pihak ketiga menjadi indikator penting bagi bank sebagai upaya memperkuat struktur permodalan dan meningkatkan daya saing dalam menyediakan jasa keuangan. Bank Negara Indonesia (BNI) sebagai salah satu bank besar di Indonesia, termasuk di Cabang Solok, berperan aktif dalam mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga. Strategi pemasaran ini meliputi bauran

pemasaran (marketing mix) seperti produk, harga, promosi, dan distribusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi nasabah di wilayah tersebut.

Namun, dalam prakteknya peningkatan dana pihak ketiga tidak lepas dari tantangan seperti persaingan antar bank, perubahan preferensi nasabah terhadap instrumen keuangan, dan kondisi ekonomi yang dinamis. Oleh karena itu, analisis strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk menjawab tantangan tersebut sekaligus memaksimalkan pertumbuhan dana di Bank BNI Cabang Solok agar dapat berkontribusi optimal terhadap pencapaian target bank secara nasional dan regional.

Berdasarkan pembahasan dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membahas masalah ini dalam laporan tugas akhir dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dana Pihak Ketiga Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Dana Di Bank Negara Indonesia Cabang Solok”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini:

1. Bagaimana perkembangan dana pihak ketiga di Bank Negara Indonesia Cabang Solok?
2. Bagaimana strategi pemasaran dana pihak ketiga yang diterapkan oleh Bank Negara Indonesia Cabang Solok?
3. Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran dana pihak ketiga di Bank Negara Indonesia Cabang Solok dan bagaimana solusinya?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan dana pihak ketiga di Bank Negara Indonesia Cabang Solok.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran dana pihak ketiga yang diterapkan oleh Bank Negara Indonesia Cabang Solok.
3. Untuk mengetahui kendala serta solusi yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran dana pihak ketiga di Bank Negara Indonesia Cabang Solok.

1.4 Metode Penulisan

1. Studi Pustaka

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperoleh data secara teoritis dengan cara mengumpulkan dan menelaah berbagai bahan berupa teori yang relevan dengan topik pembahasan, yang diambil dari sumber seperti buku literatur, majalah, artikel, peraturan pemerintah, serta sumber lain yang sesuai dengan konteks penelitian.

2. Studi Lapangan

Penelitian dilakukan secara langsung di BNI Cabang Solok untuk mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terkait strategi pemasaran dana pihak ketiga dan kendala yang dihadapinya.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Solok terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 99, Kelurahan Pasar Pandan Air Mati, Kecamatan Tanjung Harapan, Kota Solok, Sumatera Barat 27322, Indonesia. Waktu magang mulai dari bulan Januari 2026-Maret 2026 (40 hari kerja).

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan magang sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan : Menguraikan secara ringkas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penulisan, tempat dan waktu magang, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori : Menguraikan tentang pengertian pemasaran, pengertian bank, fungsi bank, jenis-jenis bank, dan sumber dana bank.

BAB III Gambaran Umum : Menguraikan tentang sejarah berdirinya PT. Bank Negara Indonesia, visi dan misi, profil PT. Bank Negara Indonesia, dan struktur organisasi Bank Negara Indonesia secara garis besar.

BAB IV Pembahasan : Menguraikan lebih lanjut tentang “Analisis Strategi Pemasaran Dana Pihak Ketiga Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Dana Di Bank Negara Indonesia Cabang Solok”.

BAB V Penutup : Menguraikan tentang kesimpulan dari laporan magang dan saran yang bersifat membangun.