

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki peran sangat penting dan strategis dalam menghubungkan, menyeimbangkan perekonomian dan Pembangunan nasional. Peran bank adalah bertindak sebagai perantara antara orang yang memiliki kelebihan dana dari mereka butuhkan dan orang yang tidak. sebagian agen of *development*, bank merupakan alat pemerintah dalam menyeimbangkan perekonomian negara dengan mendukung berbagai upaya perbaikan, terutama sebagai mediator moneter yang meningkatkan pendapatan negara (Susanti & Syahrin, 2019).

Hal ini sejalan dengan pergeseran di bidang hukum khususnya pergeseran undang-undang yang terkait dengan perbankan dan perubahan teknologi, yang keduanya memberikan dampak yang signifikan terhadap perbankan dan perubahan teknologi, yang keduanya memberikan dampak yang signifikan terhadap perbankan. apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan Perbankan awalnya dimulai dari jasa pertukaran uang (Kamsir, 2013). Kemudian berkembang lagi menjadi tempat penempatan uang yang sekarang yang di sebut dengan kegiatan simpanan. Bank menjalankan fungsi intermediasi sebagai penghimpun dana bersumber dari diri sendiri, dana dari deposan (dana pihak ketiga), dana pinjaman dana sumber lain (Budisantoso & Nuritomo, 2014). Setiap bank harus memiliki strategi yang tepat untuk memperoleh dana pihak ketiga berbiaya murah yang memiliki kontribusi yang besar dengan banyak jumlah bank yang ada, strategi pemasaran perbankan yang focus pada pada nasabah yang di imbangi dengan pertumbuhan, hal ini membuat perusahaan harus memiliki kontribusi yang besar. Dengan banyaknya jumlah

bank yang ada, strategi pemasaran perbankan yang focus pada nasabah diimbangi dengan pertumbuhan. Hal ini membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik cara berperilaku maupun kebutuhan klien untuk mencapai kepuasan nasabah. Perusahaan sangat memperhatikan kepuasan nasabah karena akan mempengaruhi kinerja penjualan sangat memperhatikan kepuasan nasabah adalah produk dengan kualitas tinggi.

Produk yang ditawarkan oleh bank dan nasabahnnya memiliki nilai yang lebih unggul dibandingkan dengan produk lainnya. Tidak hanya itu, untuk bertahan di tengah persaingan antar bank yang semakin ketat, bank BNI kcp Universitas Andalas harus berimbang termasuk merencanakan berbagai hal baik penghimpun dana maupun untuk mempertahankan pasar. Bank menawarkan produk dan pelayanan yang lebih baik dari yang lain, misalnya dalam hal penawaran berbagai macam produk perbankan tingkat suku bunga yang menarik, pemberian hadiah berupa langsung maupun undian akan mempengaruhi, keputusan nasabah menentukan Jasa yang diberikan oleh perbankan terhadap nasabah juga tidak kalah pentingnya di banding dengan pemberian hadiah maupun suku bunga yang di tawarkan oleh bank terhadap nasabah. untuk memenangkan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan, konsumen nasabah misalnya dengan memberikan atau menawarkan produk bermutu tinggi dan berkualitas, harga lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat. dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya. hanya perusahaan yang benar benar berkualitas saja yang mampu dalam pasar Global (Tjiptono, 2014). menurut (Tjiptono, 2014) di dalam Mengevaluasi jasa yang bersifat intangibles (tidak berwujud), Pelanggan Pada Umumnya menggunakan beberapa atribut bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), dana tanggap (*Responiviness*), jaminan (*assurance*), dan Empati. Selanjutnya Tjiptono (2014) menyatakan dengan

memperhatikan kualitas Pelayanan konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan nasabah merupakan Salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis. sekalipun demikian masih banyak Orang yang sengaja tau tidak sengaja melupakan hal ini. banyak kegagalan bisnis Terjadi karena nasabah di kecewakan sehingga mereka mencari alternatif ke Produk sejenis lainnya. pendekatan berdasarkan kepentingan nasabah (*Customer Oriented*) sebaiknya dilakukan secara lebih sistematis dan efektif.

PT. Bank negara indonesia adalah salah satu bank terbesar yang dihadapkan pada sebuah permasalahan berkaitan dengan nasabah sebagai Konsumennya. banyaknya jumlah bank di Indonesia menyebabkan Persaingan di Dunia perbankan sehingga konsumennya. banyak cara yang di lakukan manajemen BNI untuk menarik/memperebutkan target masyarakat mahasiswa yang ada di universitas andalas untuk menjadi nasabahnya salah satunya adalah Penyediaan fasilitas jaringan atm yang luas. orientasi ke nasabah berarti menuju pada kepuasan nasabah, yang ada pada akhirnya bertujuan untuk terciptanya loyalitas nasabah. loyalitas nasabah nantinya akan berdampak profit bagi bank, *Fee* dari transaksi nasabah ritel. sehubungan dengan hal tersebut, atm sebagai salah satu produk layanan perbankan saat ini sudah mengarah pada *Fee based income* dan perluasan jaringan atm. sehingga persaingan antar Bank dalam hal penyediaan pelayanan atm yang beraneka ragam semakin tinggi. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. Jika di kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang di berikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayannya. penentu kepuasan konsumen itu sendiri dapat

dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yang diberikan Kepada Konsumen ada 5 dimensi tersebut yang nantinya menjadi tolak ukur yaitu (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), tanggapan (*Responsiveness*), jaminan dan kepastian (*Assurance*), dan empati (*Empathy*).

Kualitas pelayanan nasabah dalam sebuah perusahaan. Perbankan yang Memberikan pelayanan jasa mempunyai keterkaitan yang sangat erat. kualitas Memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang sangat Kuat dengan bank. dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan Nasabah. perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi Masalah kompleks. umumnya nasabah yang tidak akan puas menyampaikan Pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa di bayangkan betapa besarnya Kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu Bank perlu merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan suatu sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya.

Bank Negara Indonesia (BNI) kantor cabang universitas Andalas yang beralamat di kampus limau manis universitas andalas lokasi ini sangat strategis karena berada di Kawasan kampus yang unik nya lagi di antara bank yang ada di kampus hanya bank negara indonesia yang menyediakan café di dalam bank tersebut untuk mencari menarik perhatian mahasiswa Universitas Andalas atau warga masyarakat unand bank bni membuka sebuah café yang menjual makanan atau minuman yang sangat diminati mahasiswa dan café tersebut menyediakan fasilitas yang sangat nyaman untuk rapat meeting, kerja kelompok, tempat nya estetik untuk foto kekinian sangat cocok buat mahasiswa gen Z. tujuan adanya sebuah café tersebut untuk memperkenalkan produk dari bank negara indonesia tersebut Menawarkan membuat buku rekening tabungan, untuk

menarik minat menabung Nasabah Serta dengan adanya café tersebut Bank BNI Universitas Andalas berhasil membujuk mahasiswa untuk membuka tabungan, memberikan pelayanan fasilitas minat menabung memberikan kepuasan terhadap mahasiswa. Bank ini merupakan objek yang sangat penting untuk di teliti karena lokasi yang strategis unik, canggih dan sangat Menarik Perhatian mahasiswa yang berada di Universitas Andalas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah saya buat di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan media Promosi yang dilakukan oleh PT Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Universita Andalas dalam menarik Minat nasabah
2. Seberapa efektif media promosi yang digunakan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Universitas Andalas dalam meningkatkan Penggunaan produk Bank
3. Apa saja media promosi yang digunakan PT Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Universitas Andalas

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan yang akan dibuatkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis produk media promosi dalam memasarkan produk dan secara parsial terhadap pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan dan memenuhi pembuatan tugas akhir dalam program studi perbankan dan keuangan departemen vokasi fakultas ekonomi dan bisnis.

3. untuk mengetahui variabel yang paling dominan memengaruhi minat menabung nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas.

1.4 Metode Penulisan

1.4.1 Jenis Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas mengenai Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian asosiatif (*Kausal*) yang bertujuan untuk mengetahui analisis media promosi dalam memasarkan produk metode yang digunakan adalah survei melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Regresi kinear berganda untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan.

1.4.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Studi ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap nasabah mengenai Analisis Media Promosi dalam memasarkan produk PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas.

2. Data Sekunder

Studi ini dilakukan dengan cara laporan tidak langsung, laporan ini diperoleh dari data perusahaan yang mencakup mengenai nama nasabah, nomor rekening dan umur nasabah.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Pengumpulan data utama dilakukan melalui terhadap Analisis Media Promosi, dalam memasarkan Dokumentasi. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan Profil Perusahaan, jumlah nasabah, serta informasi lain yang relevan dengan Penelitian.

2. Observasi

Dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi pelayanan dan aktivitas di lingkungan bank guna melengkapi data penelitian.

1.4.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada tugas akhir ini adalah kuantitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh kemudian menjelaskan data tersebut secara sistematis sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai Analisis Efektivitas Produk, Media Promosi nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas.

1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang

Agar Pelaksanaan magang ini berjalan dengan lancar dan Sesuai Prosedur, maka Perlu di tentukan waktu magang yang akan dilaksanakan. Untuk itu waktu magang Ini akan dilaksanakan selama 40 hari kerja dari bulan Januari 2025 Sampai bulan Maret 2025.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penulisan proposal magang agar terlihat lebih tersusun dan terstruktur maka penulis membuat sistematika atau kerangka dalam penulisan proposal magang ini berikut penyusunan Sistematikanya yaitu sebagai beriku :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab 1 Pendahuluan berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang Manfaat magang, metode penelitian, tempat dan waktu pelaksanaan magang, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Mengambarkan tentang tinjauan pustaka atau segala yang akan menjadi landasan teori dalam menyelesaikan laporan penelitian

BAB III: GAMBARAN UMUM BANK

Bab III menjelaskan mengenai Gambaran umum bank Meliputi Sejarah berdirinya Bank, Visi Dan Misi dari bank dan Penjelasan arti logo tersebut, struktur bank dan Kegiatan yang dilakukan oleh Bank.

BAB IV: PEMBAHASAN

Bab IV Menjelaskan hasil pengamatan yang di peroleh saat proses magang mengenai **“Analisis Media Promosi Dalam Memasarkan Produk Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu universitas Andalas”**.

BAB V: PENUTUP

Bab V menjelaskan tentang Kesimpulan, saran dan masukan terhadap Pembahasan yang telah di Uraikan Sebelumnya.

