

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah (Bank Jateng) sebagai industri perbankan yang bertekad untuk melakukan penyesuaian melalui proses transformasi yang dijalankan secara terencana. Ditengah pesatnya penggunaan teknologi oleh masyarakat umum, industri perbankan mau tidak mau harus mengikuti kemajuan teknologi. Hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang dari orang tua hingga anak muda pun menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya. Pada era zaman sekarang, teknologi semakin maju secara pesat, selain digunakan untuk mencari informasi, mencari barang, transaksi jual beli dan lainnya. Namun sekarang teknologi juga digunakan untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu barang atau produk untuk meningkatkan dan memajukan suatu usaha atau perusahaan. Hal tersebut membuat perbankan untuk dituntut menyusun strategi yang tepat untuk memsosialisasikan produk yang berbasis teknologi kepada nasabah. Dikarenakan hal tersebut menjadi persaingan oleh semua pihak perbankan untuk mempertahankan nasabah.

Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka Bank Jateng Cabang Blora mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan dan mengenalkan produk mereka yang berbasis teknologi yaitu *Mobile Banking*. Layanan *Mobile Banking* menjadi suatu hal yang ada di perbankan. *Mobile*

*Banking* merupakan salah satu layanan bank yang diminati oleh para nasabah karena layanan tersebut membuat nasabah mampu melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan *smartphone*. *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan Bank yang diminati oleh nasabah karena layanan ini membuat nasabah mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun. *Mobile Banking* mempunyai beberapa kelebihan, salah satu diantaranya yaitu dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* ini nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun seperti cek saldo, transfer ke sesama Bank atau ke Bank lain, melakukan pembayaran dan transaksi lainnya. Aplikasi *Mobile Banking* ini masih memiliki kekurangan. Namun, *Mobile Banking* memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui aplikasi *Mobile Banking* serta privasi dan keamanan data nasabah pengguna *Mobile Banking* harus terjamin keamanannya.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora (Bank Jateng Cabang Blora) salah satu kantor yang terletak di jalan utama kota dan dekat dengan pertokoan dan pusat perbelanjaan. Dengan letak yang strategis, mudah dijangkau oleh masyarakat dan berada di pusat keramaian menjadikan salah satu alternatif masyarakat yang disekitar lokasi untuk melakukan pembukaan satu layanan yang disediakan oleh Bank Jateng Cabang Blora guna mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi

yaitu aplikasi *Mobile Banking* yang disebut *Bima Mobile*. *Bima Mobile* adalah layanan *Mobile Banking* resmi dari Bank Jateng. Dengan fitur lebih banyak, lebih optimal dan nyaman saat digunakan. Bank Jateng berusaha untuk semakin baik di masa depan memberikan fasilitas layanan baru dalam aplikasi berbasis *mobile* yang nyaman dan aman. *Bima Mobile* mempersembahkan semakin baik. Aplikasi ini dapat diakses melalui *playstore* dan *Appstore*. Sehingga pengguna *smartphone* dapat mengakses dan mengunduh aplikasi *Bima Mobile* ini dengan mudah dan cepat.

Untuk lebih memaksimalkan dan meningkatkan layanan aplikasi *Bima Mobile* ini maka program yang dilakukan oleh pihak Bank yaitu memasarkan produk tersebut. Harapan utamanya dalam memasarkan layanan *Bima Mobile* ini seluruh nasabah sudah menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada layanan *Bima Mobile*. Apabila nasabah memanfaatkan fitur-fitur pada *Bima Mobile* ini dan telah lancar menggunakannya, maka dapat mengikat kebutuhan nasabah tersebut terhadap layanan yang diberikan dengan kemudahan dalam bertransaksi secara praktis.

Masalah inilah yang menjadi tantangan bagi Bank Jateng Cabang Blora dalam memasarkan layanan *Bima Mobile Banking* untuk lebih baik lagi. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan tidak merugikan sebuah perusahaan. Maka dari itu, Bank Jateng Cabang Blora

mengambil andil dalam memasarkan layanan Bima *Mobile Banking* ini supaya masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan Bima *Mobile*.

Berdasarkan hal ini, maka penulis tertarik untuk membahas tentang **“STRATEGI PEMASARAN LAYANAN BIMA *MOBILE* PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA TENGAH CABANG BLORA”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, terdapat beberapa hal yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jateng Cabang Blora pada Bima *Mobile*.
2. Apa hambatan-hambatan dalam strategi pemasaran Bima *Mobile* di Bank Jateng Cabang Blora.
3. Solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam strategi pemasaran Bima *Mobile* di Bank Jateng Cabang Blora.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jateng Cabang Blora dalam meningkatkan penggunaan Bima *Mobile*.
2. Hambatan dalam melakukan strategi pemasaran pada Bima *Mobile* Bank Jateng Cabang Blora.

3. Solusi dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran pada Bima *Mobile Bank* Jateng Cabang Blora.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut :

##### A. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada masyarakat bagaimana pentingnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora mengenai Bima *Mobile*.

##### B. Kegunaan Praktis :

###### 1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis sehingga mampu memahami penelitian yang ada di dunia perbankan, terutama dalam hal memahami tentang Strategi Pemasaran Layanan Bima *Mobile* di Bank Jateng Cabang Blora.

###### 2. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai informasi kepada pembaca mengenai Strategi Pemasaran Bima *Mobile* di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.

###### 3. Bagi Instansi/Perusahaan

Hasil dari penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak perbankan untuk mengetahui Strategi

Pemasaran Layanan Bima *Mobile* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.

#### 4. Bagi Pembaca

Agar dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman sebagai sumber informasi kepada pembaca khususnya mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, sehingga dapat memberi masukan untuk penelitian yang sama.

### **1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Mei. Tempat pelaksanaan penelitian di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora (Bank Jateng Cabang Blora). Beralamat di Jl.Pemuda No.57, Blora, Tempelan, Kec.Blora Kab.Blora, Jawa Tengah 58215, Telepon (0296) 531285.

**Tabel 1.1**  
**Matriks Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan Ke-																											
		Feb.				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pengajuan judul TA																												
2.	Pengumpulan data																												
3.	Pengelolaan data																												
4.	Bimbingan TA																												
5.	Penyusunan draft awal TA																												
6.	Sidang TA																												
7.	Revisi TA dan persetujuan revisi																												

*Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023*