

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai bank note. Kata bank berasal dari bahasa Italia banca yang berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut undang-undang perbankan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Industri ini menjadi lebih kompetitif karena diregulasi peraturan.

Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan deposito. Bank dapat diartikan juga sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Digitalisasi juga mendisrupsi sektor perbankan, di mana kita melihat transisi dari jaringan distribusi: kantor cabang (*fisik*), layanan telepon perbankan (*analog*) dan layanan internet dan mobile banking (*digital*). Untuk membantu Grameds lebih memahami bank dan ruang lingkupnya serta berbagai lembaga keuangan lainnya, buku Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya

hadir untuk membantu dalam penyelesaian permasalahan tersebut.

Pengertian Bank Menurut UU No.10 Thn 1998 ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan juga menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk- bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Thomas Mayer, James D. Duesenberry dan Z. Aliber menyatakan bahwa Bank adalah lembaga keuangan yang sangat penting bagi kita, menciptakan beberapa uang dan mempunyai berbagai aktivitas yang lainnya. dan juga Menurut F.E. Perry ialah Bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposito) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk pembayaran kembali. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Sangat penting dalam membantu terwujudnya keinginan nasabah untuk menabung dananya dalam produk BNI Taplus Muda, dengan memberikan suatu pemasaran dan pelayanan yang optimal.

Di indonesia masyarakat pada umumnya memiliki banyak kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan mendesak maupun kebutuhan dimasa mendatang . dalam mengatur pengeluaran terhadap kebutuhan hidup, menabung menjadi salah satu cara bagi masyarakat. Menabung merupakan aktivitas dalam menyisihkan seagian pendapatan yang kita terima dalam rangka membuat kita menjadi lebih bijak dan tidak berlebihan dalam pemakaian uang tersebut. Oleh karena itu menabung menjadi hal yang penting cenderung konsumtif menabung dapat dilakukan dimana

saja, tetapi keamanan dari aset atau uang yang di tabung harus diperhatikan. Untuk itu, bank menjadi pilihan masyarakat untuk menyimpan uangnya dan melakukan transaksi pembayaran yang dilakukan.

Strategi Pemasaran Produk Taplus Muda yang bergerak di bidang perbankan mampu menggunakan kesempatan dan peluang pasar yang di butuhkan sesuai dengan keadaan. Salah satunya strategi pemasaran yang di miliki bank bni dengan taplus muda yang mempunyai ciri khas dengan menggunakan desain foto sendiri di kartu ATM. Desain yang digunakan bisa dengan menggunakan foto sendiri selain bisa desain denga foto sendiri taplus muda ini juga dengan nominal setoran awal yang cukup bagi para mahasiswa dan mahasiswi. Dengan pemasaran yang dilakukan ke berbagai sekolah dan kampus hingga para mahasiswa dan mahasiswi tertarik untuk membuka rekening menggunakan Taplus Muda.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk menghadirkan BNI Taplus Muda sebagai solusi kekinian bagi anak-anak muda. Produk tabungan ini memfasilitasi tidak hanya menabung untuk berbagai keperluan, kini nasabah dapat menggunakan rekening tabungan untuk bertransaksi. BNI Taplus Muda memberikan digital experience dari awal proses pembukaan rekening, transaksi berbagai merchant, hingga rekapitulasi transaksi. Pada Agustus 2020 telah terdaftar lebih dari 2,4 juta rekening BNI Taplus Muda dan total Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp 2,5 miliar. “BNI Taplus Muda, nasabah bisa menggunakan pembukaan rekening digital dari mana saja dan kapan saja hanya melalui smartphone. BNI juga telah menyediakan fasilitas BNI *Sonic* yang memungkinkan nasabah untuk membuka rekening secara *self-service* dalam

waktu tiga menit. Melalui cara-cara tersebut, nasabah tidak perlu lagi mengantri di kantor cabang. Dengan jaringan transaksi internasional, Kartu Debit BNI Taplus, termasuk BNI Taplus Muda, dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri, serta di *e-commerce*. Bahkan Kartu Debit BNI telah dapat didaftarkan pula di *platform* Go-Jek dan Grab Indonesia sebagai sumber dana setiap transaksi sehingga tidak perlu lagi untuk top up *e-wallet*. Aplikasi BNI Mobile Banking versi terbaru juga telah dilengkapi fitur *face recognition* dan *fingerprint* untuk *log-in*. Kemudahan tersebut merupakan bukti totalitas BNI dalam mendigitalkan transaksi nasabah milenialnya.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Adapun beberapa Identifikasi Masalah yang ditemui penulis:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.
2. Bagaimana hambatan pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.
3. Bagaimana solusi pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mempunyai tujuan untuk mengetahui :

1. Strategi pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.
2. Hambatan pemasaran produk tabungsn taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.
3. Solusi pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara praktis penulis laporan ini dapat memberikan konstrinbusi bagi beberapapihak diantaranya :

1. Bagi penulis

Adapun kegunaan penelitian bagi penulis seperti yaitu untuk menambah wawasan, pengembangan serta pengetahuan penulis sehingga mampu memahami mengenai penelitian yang ada dalam dunia perbankan, terutama mengenai strategi pemasaran produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.

2. Bagi pihak PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya .

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak bank dalam hal mengembangkan kualitas Produk Tabungan Taplus Muda dan

dapat memperbaiki serta mengantisipasi kekurangan yang mungkin akan timbul yang akan berdampak pada berkurangnya nasabah produk Tabungan Taplus Muda pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi.

3. Bagi Pembaca

Agar dapat dijadikan sebagai pembelajaran dalam meningkatkan pengetahuan dan memahami sebagai sumber informasi kepada pembaca khususnya mahasiswa mahasiswi Universitas Siliwangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis sehingga dapat dijadikan bahan pemasukan untuk penelitian.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Nama Instansi : PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk Kantor Cabang
Pembantu Universitas Siliwangi

Alamat : Siliwangi No.24, Kahuripan, Kec. Tawang,
Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

Telepon : (0265)335073

Website : <https://www.bni.co.id/id-id/>

Tanggal Pelaksanaan Magang : 19 Desember 2022 s/d 27 Januari 2023

Penulis melaksanakan penelitian selama kurang lebih satu bulan yaitu terhitung tanggal 19 Desember 2022 sampai dengan 27 Januari 2023. Dengan waktu 5 hari kerja dalam seminggu pada hari senini sampai jum'at, pelaksanaan penelitian dilakukan secara langsung di tempat kerja berbeda dengan tahun sebelumnya yang dilakukan secara daring. Pada awal pelaksanaan penelitian penulis tidak langsung diberikan tugas melainkan pembimbing lapangan meminta untuk mengikuti

morning breafing.

Morning breafing merupakan salah satu kegiatan pembuka yang dilakukan oleh Bank BNI. Kegiatan ini terdiri dari pengarahan singkat di pagi hari, memberikan keterangan jika ada pekerjaan deadline, pembacaan do'a sebagai bentuk rasa syukur terhadap Allah SWT.

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		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 Tugas Akhir																								
2	Pelaksanaan Pengumpulan data dan Pengolahan data																								
3	Proses Bimbingan untuk menyelesaikan tugas akhir																								
4	Penyusunan naskah tugas akhir																								
5	Pengumpulan draft Ta bab I - III																								
6	Pengumplan draft TA Bab I - V																								

Sumber : di buat oleh peneliti dibuat pada taggal 04 Juni 2023