

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Fungsi utamanya adalah sebagai perantara antara pemberi pinjaman dan peminjam. Sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari, bank mengumpulkan dan menyalurkan dana, serta menyediakan berbagai layanan perbankan. Kegiatan menghimpun dana melibatkan pengumpulan dana dari masyarakat, termasuk dalam bentuk tabungan. Definisi tabungan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan adalah simpanan yang hanya dapat ditarik sesuai syarat yang disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, atau alat pembayaran serupa. Menabung merupakan bagian dari perencanaan keuangan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan.

Seiring berjalannya waktu, bank terus meningkatkan layanan mereka dengan inovasi produk melalui berbagai fitur, menciptakan persaingan antar bank untuk menyajikan pelayanan terbaik. Tingkat persaingan yang tinggi mendorong bank untuk menjadi lebih proaktif dalam memasarkan produknya. Pemasaran, sebagai kegiatan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, melibatkan strategi 7P *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi, yang terletak di Kota Tasikmalaya, menawarkan sejumlah produk unggulan seperti BNI Taplus, BNI Taplus Muda, BNI Taplus Anak, dan

BNI Taplus Bisnis. Salah satu produk unggulan mereka adalah BNI Taplus Anak, sebuah jenis tabungan yang ditujukan untuk pelajar. Keunggulan produk ini termasuk kemampuannya sebagai kartu identitas sekolah serta kartu debit/ATM bagi yang masih berusia di bawah 17 tahun.

Karena keunggulan produk tersebut, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi mendapat perhatian khusus dari pasar kalangan remaja dan anak-anak, terutama pelajar SMA, SMK sederajat. Hal ini terlihat dari realitas lapangan, di mana jumlah nasabah yang datang setiap harinya didominasi oleh pelajar SMA, SMK. Selain itu, letaknya yang strategis membuat PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi mendapatkan kepercayaan untuk bekerja sama dengan sekolah seperti SMKN 1 Tasikmalaya, SMKN 2 Tasikmalaya dalam pembuatan kartu pelajar setiap tahunnya

Melihat realitas tersebut, penulis merasa tertarik untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi dalam memasarkan produknya, khususnya pada Tabungan BNI Taplus Anak. Meskipun memiliki keunggulan, produk BNI Taplus Anak dianggap masih memerlukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk meningkatkan minat kalangan muda, terutama pelajar, agar menabung di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi. Oleh karena itu, penulis bertujuan untuk menganalisis dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dalam tugas akhir berjudul "Strategi Penerapan Pemasaran

Tabungan BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya."

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka identifikasi masalah dalam Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya ?
2. Apa hambatan dalam penerapan strategi pemasaran pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya ?
3. Bagaimana solusi dalam menyelesaikan hambatan dalam penerapan strategi pemasaran pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Penerapan strategi pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya
2. Hambatan dalam penerapan strategi pemasaran pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya
3. Solusi dalam menyelesaikan hambatan dalam penerapan strategi pemasaran pemasaran produk BNI Taplus Anak pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis dapat menambah wawasan dan informasi tentang perbankan serta mengetahui analisis strategi pemasaran produk BNI Taplus Anak di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi.

2. Bagi Perusahaan dapat dijadikan sebagai referensi dalam Upaya meningkatkan mutu pelayanan nasabah serta strategi pemasaran produk BNI Taplus Anak di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi.
3. Bagi Pembaca sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi Masyarakat produk BNI Taplus Anak di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini bertempat di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi yang beralamat di jalan Siliwangi Nomor 24 Kelurahan Kahuripan Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini adalah dari tanggal 18 agustus 2023 sampai 29 September 2023.

Tabel 1.1

Waktu Penyusunan Penelitian Tugas Akhir 2023

No	Jenis Kegiatan	November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul TA	■							
2	Acc judul oleh pembimbing 1 dan 2	■							
3	Pengajuan outline TA	■							
4	Proses bimbingan untuk menyelesaikan TA		■	■	■	■	■		
5	Sidang Tugas Akhir							■	
6	Revisi dan Persetujuan Tugas Akhir								■

(Sumber, data diolah 2023)