BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktik Kerja

Di era jaman sekarang bank banyak dibutuhkan oleh perusahaan ataupun masyarakat,mungkin masyarakat saat ini sudah mulai mengenal produk-produk yang ada di bank baik seperti tabungan,simpanan Giro,simpanan Deposito, tetapi masyarakat tersebut hanya mengenal beberapa produk unggulan yang Ditawarkan setiap bank dan persaingan antar bank yang semakin ketat untuk menigkatkan strategi pemasaran,situasi ini dimanfaatkan oleh Bank Negara Indonesia tbk sebagai bank besar diindonesia untuk terus mengeluarkan produk-produk unggulan salah satunya berupa tabungan TAPENAS.

Sebagai upaya yang dilakukan oleh Bank agar produk TAPENAS ini dapat dikenal oleh masyarakat pihak bank mulai melakukan pemasaran yang dilakukan melalui agen pemasaran yang langsung terjun ke lapangan memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk TAPENAS tersebut sehingga calon nasabah dapat tertarik untuk membuka tabungan TAPENAS di Bank BNI tersebut,maka dari itu.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa pemasaran akan menjadi penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan

masyarakat.pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu akan semakin meningkat.pesaing juga semakin lincah melakukan usaha pemasaran dalam memasarkan produknya.

Dalam meningkatkan pemasaran suatau perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak mencapai baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang agar maksud dan tujuan suatu kegiatan dapat dilakukan dengan baik maka pihak bank terlebih dahulu melakukan perencanaan melalui strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Dalam melakukan pemasaran pihak bank tentunya memerlukan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya agar dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam membuka rekening tabungan TAPENAS serta strategi pemasaran ini dilakukan agar tercapainya target sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Produk BNI TAPENAS sendiri masih belum diketahui banyak orang dan masih jarang orang yang menggunkan produk tapenas tersebut,padahal tapenas sendiri merupakan kepanjangan dari Tabungan Perencana Masa Depan yang dimana BNI TAPENAS sendiri memberikan kemudahan mengelola dana dan investasi untuk perencanaan kebutuhan di masa depan,baik untuk diri sendiri mauipun keluarga dengan lebih terencana dan lebih pasti.

Maka dari itu agar produk tapenas dapat dikenal dan diketahui oleh banyak orang atau masyarakat maka pihak bank melakukan yang namanya srategi pemasaran yang dimana strategi pemasaran sendiri ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh pihak bank agar tapenas dapat diketahui oleh masyarakat.

Demikian berdasarkan uraian-uraian diatas penulis tertarik mengkaji lebih dalam mengenai produk tapenas di PT bank Negara Indonesia (persero) tbk KCP ciawi tasikmalaya.

1.2 Identifikasi masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran mengenai produk tapenas di bank Negara Indonesia (persero) tbk KCP ciawi tasikmalaya
2. Hambatan yang dialami dalam melakukan pemasaran produk tapenas serta upaya penyelesaianya di bank Negara Indonesia (persero) tbk KCP ciawi tasikmalaya.
3. Upaya-upaya apa saja dalam mengatasi hambatan tapenas (tabungan penjamin masa depan)

1.3 Tujuan praktek kerja

1. Untuk mengeptahui Bagaimana strategi pemasaran mengenai tapenas di bank Negara Indonesia (persero) tbk KCP ciawi tasikmalaya
2. Untuk mengetahui hambatan yang dialami dalam melakukan pemasaran produk tapenas serta upaya penyelasaian di bank Negara Indonesia.

3. Untuk mengetahui upaya apa saja dalam mengatasi hambatan tapenas (tabungan penjamin masa depan)

1.4 Hasil praktik kerja

1. Bagi penulis

   Memperluas pengetahuan dan wawasan berfikir serta gambaran yang jelas tentang strategi pemasaran tapenas pada bank Negara Indonesia tbk kantor cabang pembantu ciawi, tasikmalaya. Disamping itu juga untuk memperoleh gelar ahli madya pada program studi D3 perbankan dan keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

2. Bagi pihak bank

   Praktek kerja ini diharapkan dapat menjadi salah satuuntuk meningkatkan suatu pemasaran dan pelayanan jasa keuangan

3. Bagi kalangn akademis

   Hasil praktek kerja ini diharapkan memberikan ilmu dan refernsi bacaan serta sebagai bahan informasi bagi aktivitas akademik dalam hal ini sebagai pelengkap buku buku di perpustakaan

4. Bagi masyarakat umum

   Bermanfaat untuk referensi bacaan sehingga dapat manambah pengetahui tentang perbankan.

1.5 Metode Praktik Kerja

Metode praktik kerja yang digunakan pada saat melakukam praktik kerja pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kcp Ciawi Tasikmalaya yaitu metode *Depth Interview* dan Participant Observation. *Depth Interview* menurut Sutopo (2006:72) adalah :

"proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka ntara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan tanpa menggunakan pedoman*(guide)* wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan *social* yang *relative* lama"

Participant Observation adalah studi yang disengaja dan dilakukan secara sistmatis,terencana,terarah pada suatu tujuan dimana pengamat atau peneliti terlihat langsung dalam kehidupan sehari-hari dari subjek atau kelompok yang diteliti.

1.6 Lokasi dan Jadwal Kegiatan Praktik Kerja

Untuk memperoleh data yang diperlukan penulis melakukan penelitian tugas akhir pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Jl. Pakemitan Ciawi,Tasikmalaya,Jawa Barat 46156

Jadwal pelaksanaan Kegiatan Praktik Kerja mulai tangaal 10 februari 2020 sampai dengan 20 maret 2020 pada hari kerja yaitu hari Senin sampai

dengan Jumat yang dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 WIB.

Tabel 1.1
Waktu Kegiatan Penelitian
2020

No	Kegiatan	Bulan															
		Februari				Maret				April				Mei			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Survey Awal																
2	Praktek kerja																
3	Pengumpulan Data																
4	Pengolahan Data																
5	Bimbingan																
6	Sidang																