

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan pada bank konvensional di Indonesia tidak terlepas dari peran Lembaga keuangan lainnya yang membuat persaingan antar bank pun semakin ketat baik dalam segi peningkatan kualitas pelayanan dan lain sebagainya .

Perbankan memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya yaitu untuk mendapatkan profit (keuntungan) dengan cara memberikan pelayanan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabahnya dan penjamin atas harta atau dana yang para nasabah percayakan pada bank tersebut. Di samping itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Dengan demikian, kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi suatu negara membutuhkan pola pengaturan sumber- sumber daya yang tersedia secara terarah dan terpadu, sehingga hasil yang optimal bisa didapat dan digunakan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan agar tujuan pembangunan ekonomi yang

diharapkan dapat tercapai dan sesuai dengan rencana pembangunan nasional.

Dunia perbankan telah mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Produk dari perbankan pun kini semakin beraneka ragam antar bank saling berlomba-lomba untuk menarik nasabah serta memuaskan nasabahnya. Bank mempunyai fungsi dan peranan penting dalam perekonomian nasional di lihat dari kondisi masyarakat sekarang, jarang sekali orang yang tidak mengenal dan tidak berhubungan dengan Bank. Hampir semua orang berkaitan dengan lembaga keuangan. Pada mulanya kegiatan perbankan dimulai dari jasa penukaran uang, sehingga dalam sejarah perbankan arti bank di kenal sebagai meja tempat menukarkan uang, dimana kegiatan penukaran uang tersebut sekarang dikenal dengan pedagang valuta asing. Dalam perkembangan selanjutnya kegiatan perbankan lagi menjadi tempat penitipan uang, yang kini dikenal dengan kegiatan simpanan (tabungan). Kegiatan perbankan bertambah lagi sebagai tempat peminjaman uang.

PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya. Merupakan bentuk nyata dari sekian banyak Bank di Indonesia (Bank Konvensional). PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya merupakan salah satu Lembaga keuangan yang mempunyai kegiatan usaha menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan guna menunjang pemberian pembiayaan pada masyarakat. Salah satu usaha bank yang mempunyai peran penting dalam kegiatan pembangunan nasional adalah tabungan yang merupakan sumber dana bagi bank. Untuk itulah suatu langkah yang tepat bila terus di dorong dan diberi motivasi kepada

masyarakat untuk terbiasa dan memilikisifat gemar menabung.

Produk unggulan dari Bank Tabungan Negara adalah produk yang terdiri dari Tabungan Batara, Tabungan Prima, Tabungan Juara, Tabungan Junior, Tabungan Simple, Tabungan e'Batarapos, Tabungan Tabunganku, Tabungan Batara Pensiun, Tabungan Siap. Untuk menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Tabungan Negara dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu penetapan suku bunga bank. Tingkat suku bunga yang ditetapkan bank akan berdampak terhadap perilaku nasabah bank. Bunga yang diberikan oleh bank kepada nasabah merupakan daya tarik bagi masyarakat untuk melakukan penyimpanan uangnya di Bank Tabungan Negara. Selain tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh Bank Tabungan Negara, ada faktor lain yang harus diperhatikan oleh Bank Tabungan Negara untuk dapat menarik minat nasabah yaitu upaya untuk memasarkan produknya yaitu promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan bank menjadi sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki bank kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk- produk yang ditawarkan bank.

Secara aktif bank harus dapat meraih konsumen potensial untuk produk baru yang diluncurkan sehingga dapat memberikan keuntungan bagi bank dan unggul dalam strategi pemasaran untuk memasarkan produk dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Dampak negatif adalah tingginya biaya untuk membeli teknologi tersebut, belum lagi masalah keamanan menjadi prioritas utama. Oleh

karena itu, dalam era teknologi yang berkembang pesat ini saatnya BTN mengejar nasabah bukan menunggu nasabah seperti zaman dulu.

Oleh karena itu pembahasan ini akan membahas pada masalah-masalah yaitu bagaimana strategi pemasaran produk secara keseluruhan, hambatan dalam memasarkan, dan bagaimana cara BTN mengatasi hambatan tersebut. Sedangkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk, mengetahui apa saja hambatan yang dialami dalam proses pemasaran, dan cara BTN mengatasi hambatan tersebut.

Bank Tabungan Negara harus cerdas dalam memikirkan strategi pemasaran menghadapi pesaing yang berkembang dengan pesat, perkembangan teknologi, dan berkurangnya loyalitas konsumen atau nasabah. Masyarakat pada zaman saat ini sangat cepat dan mudah dalam mendapatkan segala bentuk macam informasi. Lembaga harus memanfaatkan teknologi yang telah ada bagaimana informasi dapat diserap oleh masyarakat dan dapat menarik para calon nasabah dalam produk yang ditawarkan lembaga atau perusahaan. Sektor bisnis perbankan mempunyai peranan penting bagi aktifitas perekonomian Indonesia. Banyak produk yang ditawarkan pihak bank membuat nasabah bebas memilih bank yang diinginkan. Maka persaingan antar bank sangat ketat hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama, dalam pasar yang sama dan memperebutkan nasabah yang sama. Untuk itu maka BTN harus dapat memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah karena nasabah merupakan hal yang paling penting bagi kelancaran suatu lembaga perbankan. Oleh

kerena itu Bank Tabungan Negara harus menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan cara melakukan promosi dan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap yang dibutuhkan nasabah.

Dalam kondisi seperti saat ini, bank tidak bisa duduk menunggu datangnya nasabah, bahkan pada waktu sekarang bank harus terlibat dengan kegiatan nasabahnya dan mengikuti perkembangan usaha nasabahnya. Pada kondisi pasar pembeli, nasabah dapat memilih aneka macam tawaran produk atau jasa bank. Bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan apabila tidak maka nasabah akan segera berpaling ke bank lain yang dapat memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Agar bank dapat menang dalam persaingan dan tetap bertahan maka bank harus melayani nasabah dengan baik.

Semakin banyaknya pertumbuhan bank konvensional menjadikan tingkat persaingan semakin ketat dalam pencarian nasabah. Dengan persaingan yang terjadi bank harus menyusun strategi-strategi yang efektif terutama untuk Bank Tabungan Negara agar diminati oleh masyarakat dan dipercayai untuk menghimpun dan menyalurkan dana yang mereka miliki. Strategi yang penting adalah strategi pemasarannya, karena pemasaran merupakan satu bidang yang paling dinamis dalam area manajemen. Selain itu strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk dapat mengenalkan produk-produk yang dimiliki Bank Tabungan Negara agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang

hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Aktivitas perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya sebagai kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana yaitu berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan berupa balas jasa. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Kegiatan menyalurkan dana yaitu berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menulis mengenai **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR KAS PADAYUNGAN TASIKMALAYA”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang ada serta mempermudah pembahasan agar lebih terarah dan mendalam sesuai dengan saran maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan di PT.Bank Tabungan Negara Kantor kas Padayungan ?
2. Apa hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk di Bank BTN Kantor Kas Padayungan Kota Tasikmalaya ?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk di bank BTN Kantor Kas Padayungan Kota Tasikmalaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Penulis melakukan praktek kerja lapangan di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya. Adapun tujuan peneliti ini untuk mengetahui :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk di Bank Tabungan Negara Kantor kas Padayungan .
2. Hambatan pa saja yang ditemui dalam meningkatkan strategi pemasaran produk di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan

Tasikmalaya.

3. Solusi pemecahan masalah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya

1.4. Kegunaan Penelitian

Beberapa kegunaan atau manfaat Penelitian :

1. Bagi pembaca
 - a. Sebagai penambah wawasan dari ilmu pengetahuan yang lebih luas mengenai perbankan.
 - b. Menambah wawasan agar lebih mengetahui dan memahami strategi pemasaran produk di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.
2. Bagi Bank Tabungan Negara
 - a. Sebagai bentuk informasi kepada seluruh pembaca tentang deskripsi umum mengenai strategi pemasaran produk di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.
 - b. Sebagai bentuk media informasi kepada pembaca untuk mengenalkan lebih jauh produk-produk unggulan yang ada di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.
3. Bagi penulis
 - a. Dapat menambah wawasan mengenai strategi pemasaran produk di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.
 - b. Mengetahui hambatan yang ada dalam strategi pemasaran produk di

PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.

- c. Mengetahui solusi pemecahan masalah yang ada di dalam strategi pemasaran produk di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya. Jl.Perintis Kemerdekaan, Komplek Ruko No.5 Tasikmalaya.

1.5.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan mulai 01 Februari 2021 sampai dengan 17 Maret 2021.

