

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peran penting dalam perkembangan ekonomi. Di zaman yang semakin maju ini, banyak sekali perusahaan perbankan yang menawarkan produk menarik dengan berbagai strategi, di dukung juga oleh kebutuhan manusia yang semakin tinggi dan harus diprioritaskan sesuai kebutuhan masing-masing. Perusahaan perbankan berlomba-lomba menciptakan produk yang inovatif dan menarik nasabah. Kemajuan teknologi informasi yang semakin maju menambah persaingan di antara perusahaan-perusahaan untuk memenangkan persaingan, salah satunya dengan meningkatkan kepuasan nasabah.

Pelayanan yang berkualitas terhadap nasabah merupakan unsur penting untuk keberhasilan pemasaran suatu produk, karena didalamnya akan menyangkut tentang informasi produk, jasa dan layanan bank. Oleh sebab itu peningkatan pelayanan harus ditingkatkan agar nasabah merasa puas. Namun bukan hanya meningkatkan pelayanan saja untuk meningkatkan kepuasan nasabah, bank juga harus menyediakan berbagai produk yang berkualitas untuk tujuan memuaskan nasabah. Fasilitas yang mudah serta nyaman juga menjadi tolak ukur bagi nasabah untuk tetap loyal terhadap perusahaan atau bank.

Untuk menciptakan kepuasan nasabah, maka perlu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah. Ada banyak strategi pemasaran, namun tidak semua strategi akan berhasil dalam meningkatkan jumlah nasabah. Maka setiap marketing bank harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk mendapatkan kepercayaan

nasabah. Karena bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang dipercaya masyarakat untuk menghimpun dana dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

Salah satu produk perbankan di bidang penghimpun dana yaitu tabungan. Menurut UU RI No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan “Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Tabungan merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh setiap bank, yang memiliki target berbeda-beda terhadap nasabahnya. Dengan adanya produk tabungan ini masyarakat lebih mudah dalam menyimpan uang dan tentu banyak keuntungan yang akan didapat dan resiko kehilangan yang kecil dibandingkan dengan menyimpan uang di rumah. Di era milenial ini kesadaran untuk menabung sangat tinggi khususnya bagi para generasi muda yang sedang atau menyiapkan keuangannya dimasa depan.

Bank BJB merupakan salah satu perusahaan perbankan yang menawarkan produk tabungan khusus bagi kaum millennial. Produk tersebut bernama Tandama SiMuda. Produk ini diluncurkan pada awal tahun 2019 dengan segmen pasar kaum milenial dengan usia minimal 18 tahun dan maksimal 30 tahun. Produk ini juga dilengkapi dengan asuransi dan bebas menentukan tujuan investasi untuk berbagai keperluan seperti Pendidikan, wisata, biaya menikah, dan lain-lain. Jangka waktu produk ini mulai dari 1 tahun sampai dengan 12 tahun. Produk ini juga bebas biaya administrasi bulanan, selain itu bagi nasabah Tandamata SiMuda diberi kesempatan untuk mendapatkan hadiah menarik yang disediakan.

Oleh karena itu untuk melakukan kegiatan operasionalnya, bank bjb menerapkan bauran pemasaran terhadap produk tabungan Tandamata SiMuda. Berdasarka uraian diatas maka penulis melakukan pembahasan dengan judul: ”**STRATEGI BAURAN**

PEMASARAN TABUNGAN TANDAMATA SIMUDA PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN KANTOR CABANG BANJAR”

1.2 Identifikasi Masalah

Bersasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis memperoleh data dan menyimpulkan serta mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda di bank bjb cabang banjar
2. Kendala apa saja dalam strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda di bank bjb cabang banjar
3. Bagaimana solusi untuk menghadapi permasalahan strategi bauran pemasaran tandamata simuda di bank bjb cabang banjar

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dimaksudkan agar dapat memperoleh data- data yang diperlukan untuk dapat menyusun Tugas Akhir yang harus dipenuhi sebagai syarat dalam menyelesaikan Studi D-3 Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda di bank bjb cabang banjar

2. Kendala dalam strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda di bank bjb cabang banjar
3. Solusi untuk menghadapi permasalahan strategi bauran pemasaran tandamata simuda di bank bjb cabang banjar

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi peneliti

Dapat mengetahui strategi pemasaran produk tabungan tandamata simuda di Bank BJB Kantor Cabang Banjar

2. Bagi perusahaan

Memberikan masukan dan memberikan solusi terhadap pelaksanaan strategi pemasaran yang telah di lakukan.

3. Bagi akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti hal yang sama

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu Kegiatan Magang dilakukan selama 1 (satu) bulan kerja, terhitung sejak 1 Februari s.d 17 Maret 2021, dimulai pukul 08.00 s.d 17.00 dan lama kerja terhitung 8 jam. Tempat pelaksanaan magang dilaksanakan pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Banjar, beralamat lengkap di Jl. Letjen Suwanto No.4, Hegarsari, Kec. Banjar, Kota Banjar, Jawa Barat.

Matriks Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Ke:															
		April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																
2	Konsultasi awal dan meyusun rencana kegiatan																
3	Proses bimbingan Tugas Akhir (Bab I-III)																
4	Pengumpulan data penelitian																
5	Pengolahan data penelitian																
6	Revisi tugas akhir (Bab I-III) dan persetujuan revisi																
7	Ujian tugas akhir																
8	Revisi pasca ujian tugas akhir dan pengesahan revisi tugas akhir																