

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman sekarang ini perkembangan dunia perbankan sangat meningkat dan persaingan antar bank pun semakin ketat mengakibatkan para nasabah harus pintar dan selektif dalam memilih bank yang akan dijadikan sebagai mitranya. Apakah pihak bank yang akan dipilihnya memiliki produk-produk yang sesuai dengan keinginan para nasabahnya, sehingga para nasabah merasa puas ketika menggunakan produk dan jasa dari perbankan tersebut. Hal ini membuat bank harus lebih berusaha keras dalam meningkatkan strategi-strateginya dalam rangka menarik nasabah untuk menggunakan jasa-jasa dan produk bank tersebut, Karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Promosi berasal dari kata Bahasa Inggris yaitu *Promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi

konsumen, Pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Jadi promosi menurut Kotler, Philip dan Armstrong (2014:26) adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Oleh karena itu Promosi merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Promosi yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Konsep promosi merupakan strategi perusahaan yang berorientasi pada pasar. Dan berusaha menghasilkan apa yang diinginkan konsumen, perusahaan juga harus ingat pelayanan terhadap konsumen harus diperhatikan. Perusahaan perlu menetapkan keputusan strategi dan kebijakannya agar tujuan dapat tercapai. Perencanaan strategi yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan bisnis ini secara efektif dan efisien, yang mana dalam penyusunannya dibutuhkan suatu rancangan yang komprehensif atau integral sehingga dapat di ketahui urutan – urutan yang sistematis dan logika proses berfikir dari rencana sampai implementasi serta pengendalian yang di pilih. Strategi yang di pilih diharapkan dapat mengkomodasikan berbagai permasalahan yang akan terjadi dalam perusahaan.

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten atau Bank bjb merupakan bank daerah yang usahanya di bidang jasa. Dari pengertian bank menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Di Bank bjb sendiri tentu promosi sangat penting agar bisa lebih meningkatkan eksistensinya didunia perbankan yang ada di Indonesia, Dan ini tentu akan menjadi faktor yang sangat penting bagi bank bjb yang sebenarnya memiliki pasarnya sendiri yaitu sangat berkaitan erat dengan Pemerintahan Daerah khususnya yang ada di Jawa Barat dan Banten. Sebagai BPD terbesar yang ada di Indonesia tentu membutuhkan strategi-strategi untuk mempertahankan eksistensi yang telah di bangun apalagi sekarang bank bjb sudah bersaing secara nasional. Hal ini dibuktikan bank bjb menjadi bank terbaik peringkat pertama untuk *rating* 109 bank versi InfoBank, Kategori Bank *Go Public* periode Desember 2019 – 2020. Bank bjb berada di urutan pertama mengungguli bank besar lainnya di Indonesia sebanyak 42 bank *Go Public* diantaranya yang ada dibawah bank bjb adalah bank Bank Central Asia diperingkat ke-2 dan juga Bank Mestika diperingkat ke-3, juga bank lainnya seperti Bank Rakyat Indonesia dan bank Mandiri berada diperingkat ke-6 dan juga ke-10. Penghargaan yang diraih bank bjb ini bukan tanpa alasan. Dimana, pada tahun pertama pandemi, bank bjb tetap menunjukkan kinerja terbaiknya. Perseroan mencatat laba bersih secara konsolidasi Rp1,68 triliun sepanjang 2020, baik 8 persen dibandingkan 2019.

Tentu hal ini bank bjb akan memperhatikan hal sekecil apapun baik dengan produk-produknya maupun bagaimana cara promosi yang dilakukan agar bisa bersaing dengan bank yang lain yang dimana bank bjb ini adalah bank yang baru ikut bersaing secara nasional. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank adapun pemberian jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat agar lebih senang menabung. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Adapun jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Maka dari itu dengan adanya pernyataan di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir **“PELAKSANAAN PROMOSI DAN UPAYA MEMELIHARA LOYALITAS NASABAH PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN,Tbk, (BANK BJB KCP SAMARANG GARUT)”**, berdasarkan data dan objek yang penulis dapatkan dari website resmi dari Bank bjb .

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan Promosi yang dilakukan oleh PT . Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
2. Bagaimana upaya memelihara loyalitas nasabah yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
3. Apa saja hambatan yang muncul dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
4. Apa saja hambatan yang muncul dalam upaya memelihara loyalitas nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
5. Bagaimana solusi mengatasi hambatan dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samaeang Garut)
6. Bagaimana solusi mengatasi hambatan dalam upaya memelihara loyalitas nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan melaksanakan Penelitian, penulis bermaksud untuk memperoleh data yang digunakan untuk Menyusun Tugas Akhir sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pelaksanaan Promosi yang dilakukan oleh PT . Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
2. Mengetahui upaya memelihara loyalitas nasabah yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
3. Pengehui apa saja hambatan yang muncul dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
4. Mengetahui apa saja hambatan yang muncul dalam upaya memelihara loyalitas nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)
5. mengetahui Solusi mengatasi hambatan dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samaeang Garut)

6. Mengetahui solusi mengatasi hambatan dalam upaya memelihara loyalitas nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, (Bank bjb KCP Samarang Garut)

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Penulis
  - a. Untuk bahan perbandingan serta pengukur diri antara ilmu yang diperoleh di perkuliahan dengan ilmu atau pengalaman yang diperoleh di tempat lain
  - b. Untuk mengetahui Pelaksanaan Promosi dan Upaya Memelihara Loyalitas Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk (Bank bjb KCP Samarang Garut).
2. Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk (Bank bjb KCP Samarang Garut)

Hasil tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk (Bank bjb KCP Samarang Garut), untuk bahan masukan agar semakin berkembang dan menjadikan inovasi-inovasi baru dalam pelaksanaan promosi dan upaya memelihara loyalitas nasabah.

3. Bagi Universitas Siliwangi

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menempuh tugas akhir

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi tentang bagaimana pelaksanaan promosi dan upaya memelihara loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk (Bank bjb KCP Samarang Garut)

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk (Bank bjb KCP Samarang Garut), yang beralamat di Jl. Raya Samarang No.77, RT.02/RW.07, Desa Samarang, Kec. Samarang, Kab. Garut, Jawa Barat. Adapun Penelitian dilaksanakan selama 20 hari kerja dimulai dari tanggal 22 Desember 2021 – 2 Februari 2022. Dengan kegiatan seperti pada tabel berikut ini:

