

**PELAKSANAAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK
TABUNGAN BNI TAPLUS DI PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG
PEMBANTU UNIVERSITAS SILIWANGI**

TUGAS AKHIR

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)



Oleh:
ALIYA HAERANI
NIM. 193404006

**PROGRAM STUDI D-3 PERBANKAN DAN KEUANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2022**

**PELAKSANAAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK
TABUNGAN BNI TAPLUS DI PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG
PEMBANTU UNIVERSITAS SILIWANGI**

Oleh:

ALIYA HAERANI

NIM. 193404006

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka penulisan tugas akhir pada Program Studi
D-3 Perbankan dan Keuangan**

Disetujui untuk diseminarkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

NIDN. 0428126301

Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

NIDN.0410118503

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aliya Haerani

NIM : 193404006

Prodi : D-3 Perbankan dan Keuangan

Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya), baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Tasikmalaya,

Yang membuat pernyataan,

Aliya Haerani

NIM 193404006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“Pelaksanaan *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan BNI Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi”** dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada ibu dan ayah tercinta yang telah membesarkan, mendidik dan membimbing penulis dengan penuh rasa cinta dan pengorbanan yang tidak ternilai serta do’a restunya. Tugas akhir ini hanya merupakan sebagian kecil dari tanda penghargaan, penghormatan serta rasa terima kasih atas semua yang diberikan kepada penulis selama ini.

Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelah Ahli Madya pada program studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik moral maupun materil, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Nundang Busaeri, M.T selaku Rektor Universitas Siliwangi.
2. Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Hj. Noneng Masitoh, Ir, M.M. selaku Pembimbing I Tugas Akhir sekaligus sebagai Koordinator Prodi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.
4. Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yaitu Bapak Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.
5. Bapak Agi Rosyadi, S.E., M.M. selaku Dosen Wali.
6. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang telah memberikan ilmu serta dukungan dari awal perkuliahan sampai diselesaikannya tugas akhir ini.

7. Teman-teman dan sahabatku Windie, Arfa, Anisa, Aulia, Andira, Zidan, Riyan, dan Daffa yang telah memberikan dukungan dan keceriaan setiap hari.
8. Rekan-rekan HMKVP Kabinet Maverick yang terus memberikan motivasi dan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari berbagai pihak demi menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya dan bagi penulis pribadi.

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX ON BNI TAPLUS PRODUCTS AT PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS SILIWANGI

By:

ALIYA HAERANI

NIM 193404006

Guidance I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Guidance II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

This research was conducted with the aim of finding out how the implementation of the marketing mix for BNI Taplus savings products at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sub-branch office of the University of Siliwangi increases in increasing customer interest and trust. This research approach uses an approach with a descriptive method, with data sourced from primary and secondary data. Data collection techniques used are library research and field studies, namely observation and interviews. Based on the results of the Keyword Analysis that the implementation of the strategic marketing mix on BNI Taplus products at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Siliwangi University Sub-Branch Office has been carried out with 7Ps, namely Product, Price, Place, Promotion, Person, Physical Evidence, and Process. In implementing the marketing mix strategy, the bank faces several obstacles, namely the lack of knowledge of prospective customers of BNI Taplus savings products caused by the lack of information dissemination and promotion and socialization carried out by the bank to the public. So that the bank must optimize the facilities and benefits of BNI Taplus products and be more aggressive in promoting BNI Taplus products by distributing advertisements in print media, social activities, and personal selling both directly and indirectly.

Keywords: *Marketing Mix, Bank, Savings*

ABSTRAK

PELAKSANAAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK TABUNGAN BNI TAPLUS DI PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS SILIWANGI

Oleh:

ALIYA HAERANI

NIM 193404006

Pembimbing I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Pembimbing II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui implementasi *marketing mix* pada produk simpanan tabungan BNI Taplus di PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan data yang bersumber dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan studi kepustakaan serta studi lapangan yaitu observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa implementasi *marketing mix* pada produk BNI Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi melaksanakan bauran pemasaran secara optimal melalui 7P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), *Process* (Proses). Dalam melaksanakan strategi *marketing mix* tersebut, bank menghadapi beberapa hambatan yaitu kurangnya pengetahuan para calon nasabah mengenai produk tabungan BNI Taplus yang disebabkan oleh kurangnya penyebaran informasi dan promosi serta sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank terhadap masyarakat. Sehingga pihak bank harus melakukan pengoptimalisasian fasilitas serta keuntungan dari produk BNI Taplus serta lebih gencar lagi dalam melakukan promosi pada produk BNI Taplus dengan cara menyebarkan iklan dalam media cetak, kegiatan social, serta *personal selling* baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Bank, Tabungan

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

KATA PENGANTAR.....v

ABSTRACTvii

ABSTRAKviii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABEL.....x

DAFTAR GAMBAR.....xi

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Penelitian.....1
- 1.2 Identifikasi Masalah6
- 1.3 Tujuan Penelitian.....6
- 1.4 Kegunaan Penelitian.....7
- 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

- 2.1 Tinjauan Pustaka10
 - 2.1.1 *Marketing Mix*.....10
 - 2.1.2 Bank19
 - 2.1.3 Tabungan.....26
- 2.2 Pendekatan Masalah30

BAB III GAMBARAN UMUM DAN METODE PENELITIAN

- 3.1 Gambaran Umum Perusahaan33
- 3.2 Metode Penelitian40
 - 3.1.1 Jenis dan Sumber Data.....41
 - 3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....43
 - 3.1.3 Teknik Analisis Data.....44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Hasil Penelitian.....48
 - 4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....48

4.1.2 Analisis Data	49
4.2 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Peringkat Perolehan Dana Pihak Ketiga Tahun 2021	3
1.2 Peringkat <i>Brand Value</i> Beberapa Bank Tahun 2019 – 2021	4
1.3 Rencana Rundown Penelitian	8
3.1 Daftar Responden Pada Penelitian	44
4.1 Jumlah Nasabah Produk Tabungan BNI Taplus pada BNI KCP UNSIL Tahun 2019-2021	47
4.2 Biaya-Biaya BNI Taplus	50
4.3 Suku Bunga BNI Taplus	51

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Solusi Permasalahan Pada Pelaksanaan <i>Marketing Mix</i> BNI Taplus PT Bank Negara Indonesia Tbk KCP Unsil	32
3.1 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi	35
4.1 Spanduk Iklan BNI Taplus.....	52
4.2 Spanduk Promo Diskon <i>Merchant</i> dan <i>e-wallet</i>	52
4.3 Pelaksanaan BNI <i>Selling Day</i>	53
4.4 Pelaksanaan Personal <i>Selling</i>	54