

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan secara umum memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu Negara terutama dalam bidang perekonomian, sehingga bisa dikatakan bahwa perbankan merupakan urat nadi perekonomian suatu Negara. Salah satu peranan penting perbankan di Indonesia adalah sebagai *Agent of Development* yaitu menjaga pertumbuhan perekonomian, mengatur stabilitas uang, serta memberikan jasa untuk lalu lintas pembayaran, baik pembayaran dalam negeri maupun luar negeri.

Selain peranan tersebut, bank juga mempunyai peran sebagai lembaga intermediasi atau dapat disebut sebagai perantara keuangan yang mempertemukan pihak yang mengalami kelebihan dana (surplus) dengan pihak yang memerlukan dana (defisit). Hal ini dapat dilihat dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat.

Fungsi bank sebagai lembaga intermediasi yang menjadikan bank sebagai lembaga keuangan yang keberadaannya mendasarkan pada adanya kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat ini merupakan pilar dan unsur utama yang harus selalu dijaga dan dipelihara. Masyarakat yang menyimpan dananya di bank pasti telah memiliki keyakinan dan kepercayaan tersendiri pada bank. Masyarakat percaya bahwa uang atau dana milik mereka yang ada di bank akan disimpan dan dikelola dengan aman, baik, dan jujur. Oleh karena itu bank harus selalu menjaga kesehatan dana dan kepercayaan masyarakat dalam pengelolaannya.

Perbankan saat ini dihadapkan pada persaingan untuk membuat produk funding yang aman, menguntungkan, dan memberikan banyak manfaat bagi para nasabahnya. Produk funding yang dimiliki oleh bank secara umum terdiri dari beberapa jenis diantaranya tabungan, giro, dan deposito. Tabungan digunakan oleh nasabah yang sering melakukan kegiatan transaksional sehari-hari dengan jumlah yang tidak terlalu besar, sedangkan giro dipergunakan oleh nasabah yang sering melakukan transaksi dengan nominal yang cukup besar dalam kegiatan usahanya. Deposito digunakan oleh nasabah yang ingin menginvestasikan dananya agar aman keberadaannya dan menghasilkan pendapatan yang tetap. Deposito diperuntukkan bagi kalangan menengah karena minimal penempatannya yang cukup besar jika dibandingkan dengan setoran awal tabungan. Meskipun

demikian, deposito memberikan fasilitas yang lebih menguntungkan dibandingkan tabungan diantaranya tingkat suku bunga yang besar dan menguntungkan serta deposito ini tergolong sebagai jenis simpanan yang aman karena nilainya dijamin oleh pemerintah dalam hal ini adalah Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Semakin beragam produk deposito yang ditawarkan oleh bank pesaing, maka akan semakin tinggi pula tingkat persaingan antar bank untuk merebut hati masyarakat. Tingkat persaingan yang tinggi ini membuat bank harus menciptakan produk-produk yang unggul dan menguntungkan serta memberikan nilai lebih dalam setiap produknya. Disamping hal tersebut, untuk dapat bersaing, bank juga harus mempunyai dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, terdapat 3 strategi yang biasanya digunakan oleh bank yaitu strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* produk.

Proses strategi pemasaran ini merupakan aktivitas yang sangat penting dalam operasional perbankan. Tanpa proses ini, ada kemungkinan keuntungan bank menjadi tidak optimal bahkan tidak akan tumbuh dengan baik di masa yang akan datang. Proses strategi pemasaran yang dilakukan harus dikelola dengan baik sehingga bank mampu memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat. Bank yang mampu menawarkan produk dan jasa yang sesuai keinginan masyarakat serta menciptakan nilai produk yang unggul adalah bank yang akan banyak dipilih oleh masyarakat.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, bank memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek biasanya dilakukan untuk mengambil hati masyarakat atas produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada, serta mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap menjadi pilihan masyarakat.

PT. Bank Jawa Barat Banten yang selanjutnya disebut PT. Bank bjb memiliki produk deposito yaitu bjb Deposito. Banyaknya produk deposito yang ada, membuat Bank bjb dirasa perlu untuk selalu bersaing dengan bank kompetitor dalam melakukan pemasaran yang tepat untuk dapat menarik hati dan minat nasabah agar dapat menggunakan produk bjb Deposito. Salah satu usaha yang dilakukan oleh Bank bjb agar produk bjb Deposito mampu bersaing dengan produk deposito bank lain adalah dengan menciptakan produk yang menawarkan banyak keunggulan serta fitur dan benefit yang memang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Oleh karena itu Bank bjb mempunyai produk yang sangat cocok bagi masyarakat menengah yang ingin memulai berinvestasi dalam bentuk deposito, karena dengan minimal penempatan yang lebih rendah di bandingkan dengan bank lain dan bunga yang ditawarkan cukup mampu bersaing dengan bank lain. Dan salah satu keuntungan yang ada pada produk bjb Deposito

adalah tidak adanya biaya pinalti jika nasabah ingin mencairkan dananya sebelum jatuh tempo.

Berdasarkan dari hasil penelitian saat magang, penulis mendapatkan data bahwa jumlah dana yang berhasil dihimpun oleh Bank bjb melalui produk bjb Deposito dari akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2020 selalu meningkat dengan rata-rata persentase kenaikannya yaitu sebesar 17%. Hal tersebut membuktikan bahwa Bank bjb cukup berhasil menerapkan strategi pemasarannya dan untuk mempertahankan kondisi tersebut maka Bank bjb selalu berupaya untuk terus meningkatkan strategi pemasaran serta fasilitas-fasilitas penunjang yang mereka miliki untuk membuat nasabah semakin loyal terhadap Bank bjb.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud ingin membahas lebih lanjut mengenai strategi pemasaran bjb Deposito dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PENDANAAN BJB DEPOSITO PADA PT. BANK JABAR BANTEN, TBK KCP CIBADAK”**.

1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah

1.2.1 Perumusan Masalah

Produk Pendanaan adalah suatu produk yang sangat penting bagi bank untuk sumber dananya karena dengan adanya produk pendanaan, maka bank dapat menjalankan operasionalnya, dana yang dihimpun dari produk pendanaan dapat diolah kembali oleh bank dengan menyalurkan kredit kepada para nasabahnya. Pemasaran merupakan suatu upaya penting yang harus dilakukan oleh semua bank dalam menjalankan kegiatan operasionalnya karena aktivitas pemasaran merupakan salah satu faktor yang menunjang keberhasilan suatu bank untuk menghimpun dana dari nasabah dalam hal ini menarik minat nasabah untuk menyimpan dananya di bank, oleh karena itu penting bagi bank untuk memberikan informasi mengenai produk yang dimiliki agar semakin banyak nasabah yang mengenal berbagai produk yang dimiliki oleh bank.

1.2.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis akan mengembangkan beberapa pokok masalah dalam penyusunan Tugas Akhir ini, yaitu:

“Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk pendanaan bjb Deposito di PT. Bank bjb KCP Cibadak?”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan Tugas Akhir

1.3.1 Tujuan Penulisan Tugas akhir

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah:

“Untuk mengidentifikasi penerapan strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan bjb Deposito di PT. Bank bjb KCP Cibadak”.

1.3.2 Kegunaan Penulisan Tugas Akhir

1. Kegunaan Teoritis

Penyusunan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran secara nyata yang dapat diterapkan dalam dunia kerja. Melalui penyusunan Tugas Akhir ini penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang didapatkan saat menjalani perkuliahan, mendapat banyak tambahan pengetahuan, wawasan, informasi, serta ilmu baru dalam melihat perbedaan antara ilmu teori dengan praktik yang dilakukan di lapangan mengenai operasional bank dan pemasaran khususnya produk deposito yang belum didapat dari pendidikan formal. Disamping hal tersebut hasil Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi, informasi, dan masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penyusunan Tugas Akhir di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai bahan masukan bagi Bank bjb dalam menerapkan strategi pemasaran produk deposito di Bank bjb KCP Cibadak, guna meningkatkan jumlah nasabah serta penempatan dananya.

1.4 Objek, Lokasi, dan Waktu Pelaksanaan Magang

Objek dalam menyusun Tugas Akhir ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk pendanaan bjb Deposito.

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis melaksanakan magang di Bank bjb KCP Cibadak yang beralamat di Jl. Perintis Kemerdekaan, Ruko No. 20C, Kec. Cibadak, Kab. Sukabumi, Jawa Barat, 43351. Waktu pelaksanaan magang dilaksanakan selama dua bulan terhitung dari tanggal 27 Januari 2020 sampai 27 Maret 2020 dengan hari kerja Senin sampai dengan Jumat dari pukul 07.30 – 16.30 WIB.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir ini yaitu:

1. Metode Survei

Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan menggunakan pernyataan lisan atau tertulis. Teknik yang penulis gunakan dalam metode survei yaitu melakukan wawancara. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berhadapan langsung untuk melakukan tanya jawab serta mengajukan pertanyaan kepada responden.

Dalam teknik ini, penulis melakukan wawancara langsung dengan pimpinan KCP, supervisor, dan karyawan Bank bjb KCP Cibadak.

2. Metode Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui proses pengamatan secara langsung pada saat pelaksanaan magang serta mencatat serangkaian proses yang dilakukan dalam menetapkan strategi pemasaran tabungan bjb Deposito.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek magang. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain yang digunakan oleh penulis sebagai landasan teori yang mengkaitkan antara teori dengan hasil magang yang telah dilaksanakan, yang kemudian di uraikan pada Bab Hasil dan Evaluasi.