

STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TABUNGAN BJB TANDAMATA *MY FIRST*
PADA BANK JAWA BARAT DAN BANTEN KCP KLAMPIS SURABAYA

RANGKUMAN TUGAS AKHIR



Oleh :
WIDYANTO DWI ERIEK MAHANANI
NIM : 2012110342

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015

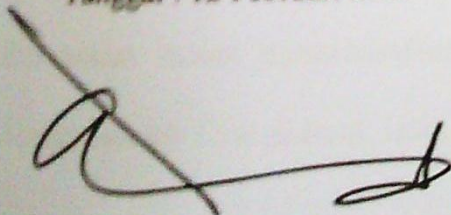
PENGESAHAN RANGKUMAN

TUGAS AKHIR

Nama : Widyanto Dwi Eriek Mahanani
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 25 Mei 1993
NIM : 2012110342
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Diploma III
Program Studi : Manajemen Keuangan dan Perbankan
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan BJB
Tandamata *My First* Pada Bank Jawa Barat
dan Banten KCP Klampis Surabaya.

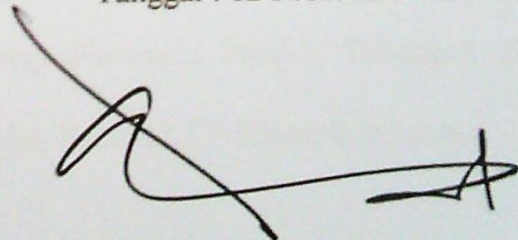
Disetujui dan Diterima baik oleh:

Ketua Program Diploma
Tanggal : 12 Februari 2015



Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.

Dosen Pembimbing
Tanggal : 12 Februari 2015



Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.

Latar Belakang

Perkembangan bisnis di dunia perbankan saat ini semakin luas, baik produk bank ataupun jasa bank sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antara bank satu dengan bank yang lain. Dalam hal ini terutama persaingan dalam memasarkan produk-produk bank. Persaingan ini memunculkan ide-ide baru sehingga adanya strategi dalam bersaing memasarkan produk-produk. *Benchmarking* keunggulan bersaing adalah proses mengukur strategi dan operasi terbaik perusahaan, baik di dalam maupun di luar industri perusahaan.

Tujuan Pengamatan

Berdasarkan latar belakang diatas diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah disusun. Adapun Tujuan diadakannya pengamatan ini adalah Untuk mengetahui Keunggulan Produk Tabungan BJB Tandamata *My First* di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang sudah diterapkan pada Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya dalam pemasaran Produk Tabungan BJB Tandamata *My First*, apa saja yang diberikan untuk mendukung Produk Tabungan BJB Tandamata *My First* di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya, Mengetahui Kemudahan yang diberikan dalam Transaksi Tabungan BJB Tandamata *My First* di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya dan Bagaimana kendala dan solusi dalam merealisasikan Strategi Pemasara Produk Tabungan BJB Tandamata *My First* di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya.

Manfaat Pengamatan

Bagi Perusahaan Sebagai sarana promosi dan memperkenalkan jenis kegiatan, produk serta jasa - jasa yang ada di bank tersebut, agar masyarakat lebih mengenal mengenai produk perbankan di bank tersebut. Bagi STIE Perbanas Surabaya Dari hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan hasil koleksi di perpustakaan. Bagi Penulis Menambah wawasan serta pengalaman mengenai dunia perbankan khususnya mengenai bagaimana strategi pemasaran sebuah produk bank serta mengenal produk dan jasa bank.

Metode Pengamatan

Metode pengamatan yang digunakan dalam Tugas Akhir ini meliputi lingkup pembahasan serta pengumpulan data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir serta melakukan wawancara, studi pustaka dan memanfaatkan data skunder.

Subyek Pengamatan

Bank BJB adalah Bank pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten. Bank ini berdiri pada 20 Mei 1961 berdasar keputusan Gubernur Provinsi Jawa Barat nomor 7/GKDH/BPD/61 mendirikan PD Bank Karya Pembangunan dengan modal dasar untuk pertama kali berasal dari Kas Daerah sebesar Rp. 2.500.000,00. Kemudian pada tanggal 27 Juni 1978, nama PD. Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat.

Di tahun 1992, aktivitas Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat ditingkatkan menjadi Bank Umum Devisa serta memiliki sebutan Bank Jabar. Dalam rangka mengikuti perkembangan perekonomian dan perbankan bentuk hukum Bank Jabar berubah dari Perusahaan Daerah menjadi Perusahaan Terbatas. Selanjutnya di tahun 200, Bank ini mengalami perluasan bentuk usaha. Bank Jabar menjadi Bank Pembangunan Daerah pertama di Indonesia yang menjalankan dual banking system, yaitu memberikan layanan perbankan dengan sistem konvensional dan dengan sistem syariah. Pada November 2007 mengalami perubahan nama menjadi Bank Jabar Banten. Baru lah pada Juli 2010 perseroan resmi menjadi Bank BJB. Bank ini menjunjung budaya perusahaan meliputi pelayanan memuaskan, profesionalitas, integritas, tanggung jawab, kepercayaan dan inteligensi

Ringkasan Pembahasan

Tabungan BJB Tandamata *My First* merupakan salah satu produk *Consumer Banking* yang terbilang baru, dimana produk ini pangsa pasarnya adalah kalangan anak-anak hingga remaja, setelah penulis melakukan wawancara dengan pihak bank terkait Strategi Pemasaran yang dilakukan pada tabungan Tandamata *My First*, Secara khusus penerapan strategi terbagi menjadi 3 yaitu *Internal Marketing*, *Eksternal Marketing* dan *Interactive Marketing*

Internal marketing - garis yang menghubungkan antara employee dan bank. Agar bisa memasarkan produk bank maka bank tidak boleh melupakan para karyawannya, merek harus diberikan sosialisasi tentang produk dan jasa bank apa saja yang dapat dipasarkan kepada nasabah. *Eksternal Marketing* merupakan garis

yang menghubungkan antara nasabah dengan bank. Hubungan langsung antara nasabah dan bank pada umumnya melalui petugas *front Office* atau *Coustomer Service*. *Interactive Marketing* adalah garis yang menghubungkan antara employee dan nasabah. juga dapat melibatkan media sebagai komunikasi tidak langsung yang umumnya dipergunakan beberapa bank untuk melakukan media promosi seperti iklan, brosur, spanduk dll dari tiga hal tersebut bank bjb sudah melakukan strategi pemasaran melalui brosur dan iklan, pemberian souvenir, menyediakan fasilitas mobil kas dan kerjasama magang bagi instansi pendidikan.

Kesimpulan

Pada bab ini, akan diberikan kesimpulan mengenai bab-bab sebelumnya yang meliputi isi dari uraian – uraian yang ada serta dari pengamatan secara umum di bank tempat dilakukannya pengamatan. Pengamatan difokuskan pada pengenalan produk terkait keunggulannya, strategi pemasaran yang dilakukan bank bjb, kemudahan dan fasilitas pada produk tersebut serta.

Saran

Agar produk tersebut dapat menjangkau konsumen maka diperlukan saran-saran terkait kendala yang ada sebagai tambahan untuk memperbaiki strategi pemasaran yang diterapkan, dalam hal ini pengamat memberikan saran terkait kendala pelaksanaan pemasaran baik melalui brosur dan iklan, pemberian sovenir, fasilitas mobil kas keliling dan kerjasama magang instansi pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Christina, Ranun. 2012. “Pelaksanaan Pembukaan Tabungan ib Siaga Wadiah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Waru Sidoarjo”. Tugas Akhir Diploma tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Darmawi Herman.2011.*Manajemen Perbankan*.jakarta :Bumi Aksara
- Febrianto, Moh Yanuar. 2012. “Prosedur Tabungan Batara Juara Di Bank BTN Surabaya”.Tugas Akhir Diploma tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Kotler,Philip & Gary Armstrong, 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: Erlangga.
- Kasmir, 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2005.*Pemasaran Bank*. Edisi Revisi, Jakarta: PT Prenada Media Group
- Wahjono, Sentot Yanuar. 2010.*Manajemen Pemasaran Bank*. Edisi Pertama, Yogyakarta: PT Graha Ilmu
- PM Hardono.Wawancara Personal di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Klampis Surabaya jl. Raya Darmo, 02 Januari 2015.
- Tim dosen STIE Perbanas Surabaya.Modul Laboratorium Bank. STIE Perbanas Surabaya. 2014
- Undang –undang (UU)nomor 21 tahun 2008
- Peraturan Bank Indonesia NO.9/7/PB1/2007
- Peraturan Bank Indonesia Pasal 210/16/PBI/2008Ayat (1) – (3)
2014. *Bank Jatim*, (Online), (www.bankjatim.co.id, diakses 07 Agustus 2014)

2014. *Pengertian Bank-Jenis Bank-Fungsi Bank dan Reformasi Bank*, (Online),

(<http://ferdinandwisnu.wordpress.com>, diakses 07 Desember 2014:19:50)

2014. *Pengertian dan Jenis – Jenis Bank*, (Online), (<http://ssbelajar.blogspot.com>,

diakses 07 Desember 2014 : 20:29 WIB)

Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis, 2012. *Bank dan Lembaga*

Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Arlan Widianara. 2013. *Pengertian Bank*, (Online), ([http://www.pengertian-](http://www.pengertian-bank.co.id)

[bank.co.id](http://www.pengertian-bank.co.id), diakses 19 April 2013)