

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan cepat. Kondisi seperti ini berhadapan pula dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin ketat di pasar domestik maupun tingkat internasional. Masing – masing lembaga perbankan berlomba untuk menarik minat nasabah yang pada akhirnya nasabah mendapat keuntungan serta kepuasan atas pelayanan bank yang mampu membuat para nasabah bertahan dan menjadi loyal kepada bank. Oleh karena itu usaha perbankan harus selalu meningkatkan profesionalismenya dan terus selalu menginovasi semua sistem perbankan yang telah dimiliki guna mampu untuk bersaing dengan kompetitor serta mempertahankan kelayaitasan nasabah.

Peranan perbankan dalam era pembangunan yang terus menerus berlangsung ternyata amatlah penting untuk terus ditingkatkan, apalagi dalam era globalisasi sekarang ini. Kita melihat bahwa semua pembangunan yang dijalankan tiada maksud lain selain untuk membawa perubahan dan pertumbuhan yang fundamental dimana sektor perbankan akan menjadi mendominasi yang ditunjang oleh sektor dana pihak ketiga.

Dimana perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang

menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Sesuai dengan UU No. 7 Tahun 1992 yang kemudian dirubah dengan UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan, definisi Bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Selain menyalurkan dan menghimpun dana bank juga memiliki produk – produk yang akan memaksimalkan tugas perbankan dalam menghimpun dana ataupun menyalurkan dana. Sama halnya dengan produk perbankan di Bank BTN yang memiliki produk dana seperti Deposito, Tabungan, dan Giro. Serta produk kredit yang terbagi menjadi dua yaitu kredit konsumen dan kredit komersial. Dimana produk – produk tersebut disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini dengan begitu Bank BTN juga harus mampu menarik minat masyarakat agar percaya untuk menyimpan dan meminjam dana kepada pihak bank.

Salah satu produk dana yang dimiliki oleh Bank BTN Cabang Sidoarjo adalah produk Tabungan Simpanan Pelajar dimana produk ini diperuntukkan untuk pelajar dari SD sampai dengan SMA serta orang tua wali murid yang menjadi sumber dana utama bagi anaknya yang akan menjadi nasabah Tabungan Simpanan Pelajar. Produk ini diterbitkan secara nasional oleh bank – bank di Indonesia, dengan persyaratan yang mudah dan sederhana dalam rangka mengedukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak

dini. Biasanya bank memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar ini dengan cara membuat brosur untuk diberikan ke masyarakat serta nasabah yang memiliki anak usia sekolah dengan memberikan informasi keuntungan – keuntungan dari produk tersebut dan dengan melakukan kerja sama kerja dengan sekolah – sekolah disekitar Bank BTN Cabang Sidoarjo.

Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank BTN cabang Sidoarjo dengan sasaran pelajaran serta orang tua yang memiliki anak usia sekolah dan produk Tabungan Simpanan Pelajar ini adalah produk nasional yang ada hampir diseluruh Bank di Indonesia dengan demikian tiap Bank memiliki gaya pemasarannya tersendiri agar produk ini laku dan diminati oleh nasabah potensial yang sesuai dengan pasar sasarannya. Produk ini juga sangat menarik dilihat tabungan ini memang diperuntukkan untuk pelajar dengan sumber dana utama adalah orang tua dengan begitu peneliti ingin mengetahui bagaimana Cara Bank mempengaruhi pelajar serta orang tua agar mau menyalurkan dananya melalui produk Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank BTN Cabang Sidoarjo. Dan bagaimana pihak Bank BTN Cabang Sidoarjo memberikan rangsangan kepada nasabah agar nasabah tertarik dan percaya sehingga nasabah berminat untuk menyimpan dananya di Bank BTN melalui produk Tabungan Simpanan Pelajar. Maka dari itu diperlukannya pemasaran yang baik serta efisien agar keinginan bank tercapai.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang – barang ataupun produk – produk yang dimiliki oleh Bank BTN yang mampu memuaskan keinginan masyarakat serta tujuan bank itu

sendiri. Pemasaran adalah hal yang penting bagi suatu perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran akan menjadi semakin penting guna untuk meningkatkan nasabah dan meningkatkan profit untuk suatu perusahaan. Dengan pemasaran yang baik suatu perusahaan akan mampu memasarkan produk yang mereka miliki dengan cara yang baik pula.

Dengan demikian penulis sangat tertarik untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN untuk memasarkan salah satu produk dananya yaitu Tabungan Simpanan Pelajar hingga produk dana ini minanti oleh nasabah, sehingga penulis mengangkat judul **“Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada Bank Tabungan Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo”**

1.2 Penjelasan Judul

1. **Pemasaran :**

Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.

2. **Tabungan :**

Menurut Undang – Undang No 10 Tahun 1998 Tentang perbankan, Tabungan adalah simpanan uang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

3. **Simpanan Pelajar (SimPel):**

Tabungan yang diperuntukan untuk siswa – siswi serta orang tua yang memiliki anak usia sekolah SD sampai dengan SMA, tabungan Simpanan Pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh bank – bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

4. **Bank Tabungan Negara Cabang Sidoarjo :**

Bank Tabungan Negara berasal dari De Post Paar Bank yang kemudian menjadi Bank Tabunga Pos tahun 1950. Selanjutnya menjadi Bank Negara Indonesia unit V dan terakhir menjadi Bank Negara dengan UU no. 20 Tahun 1968. Bank BTN Cabang Sidoarjo yang merupakan suatu badan dibawah naungan BUMN yang sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan serta suatu perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam sebagian besar saham dimiliki oleh negara yang tujuan utamanya mengejar keuntungan. Bank BTN Cabang Sidoarjo ialah tempat dimana penulis melakukan pengamatan untuk memperoleh data – data yang dapat dipergunakan dalam penyusunan Tugas Akhir.

1.3 **Perumusan Masalah**

Berikut ini ada beberapa rumusan masalah yang akan menjadi dasar dalam melakukan penelitian, diantaranya :

Bagaimana pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar yang diterapkan oleh Bank Tabungan Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis untuk memenuhi Tugas Akhir Diploma III Keuangan Perbankan STIE Perbanas Surabaya ,ialah sebagai berikut :

Untuk mengetahui penerapan dan mengkaji pemasaran yang dilaksanakan oleh Bank BTN Cabang Sidoarjo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi

Sebagai suatu media yang akan memberikan masukan atau pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pemasaran, serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi bank Tabungan Negara Cabang Sidoarjo dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerja guna memperluas pengetahuan nasabah sehingga dapat dijadikan sebagai masukan .

2. Bagi Pembaca dan Masyarakat

Dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pihak yang ingin mengadakan pengamatan lebih lanjut tetapi dengan judul yang berbeda.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan penelitian untuk memenuhi Tugas Akhir ini dapat menambah kajian ilmu tentang pentingnya pemasaran pada suatu instansi. Disamping

itu hasil penelitan ini dapat dijadikan sebagai bahan refrensi bagi mahasiswa yang akan melkukan penelitian yang sama dikemudian hari.

1.6 Metode Penelitian

1. Jenis Data

Data kualitatif adalah data yang dapat mencakup hampir semua data non- numerik. Data ini dapat menggunakan kata – kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Sehingga data yang diperoleh mampu dideskripsikan oleh penulis melalui pengamatan serta data – data yang di peroleh selama penelitian.

2. Subyek Penelitian

Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Tabungan Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo sebagai subyek penelitian paling utama.

3. Sumber Data

Data primer adalah data yang dikumpulkn oleh peneliti sendiri atau dirinya sendiri. Ini adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada periode waktu tertentu.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan langsung yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan maksud tertentu. Yaitu pewawancara (yang mnegajukan pertanyaan) dan yang diwawancarai (yang memberi jawaban) atas pertanyaan itu (Moeloeng 2002 : 135). Wawancara

dilakukan dengan santai dan tidak terlalu formal agar tidak terjadi wawancara yang bersifat pribadi antara peneliti dan responden.

b. Dokumentasi

Merupakan pedoman untuk mendapatkan data dari teori sebagai pendekatan dalam menguraikan variabel – variabel sehingga menjadi jelas atau dengan pengumpulan data yang diperoleh dari surat kabar, iteratur, buku, internet, dan sumber lainnya yang memuat informasi yang mendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian.

c. Observasi

Observasi adalah aktivitas yang dilakukan makhluk cerdas, terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi – informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan teknik analisis data kualitatif yang merupakan data non numerik yang sebagian besar datanya terdiri dari kata – kata yang akan di jelaskan oleh penulis dan akan di deskripsikan dengan menggunakan data – data yang telah di teliti oleh penulis.

Teknik analisa data deskriptif yang digunakan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul, sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan dalam suatu penelitian.

Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik produk tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Tabungan Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo.
2. Mengidentifikasi sasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Tabungan Negara(Persero) di Cabang Sidoarjo.
3. Mengidentifikasi mekanisme pembukaan Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Tabungann Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo.
4. Mengidentifikasi atau menentukan Nasabah potensial oleh Bank Tabungan Negara (Persero) di Cbang Sidoarjo untuk produk Tabungan Simpanan Pelajar.
5. Mengidentifikasi desain pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Tabungan Negara (Persero) di Cabang Sidoarjo.
6. Mengidentifikasi proses pemasaran yang dilakukan pada Tabungan Simpanan Pelajar.