

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN BTN JUNIOR
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
CABANG SURABAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh :

FABRIANNE RAHMA ULIMAZ

NIM : 2015110932

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN BTN JUNIOR
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
CABANG SURABAYA**

Diajukan oleh :

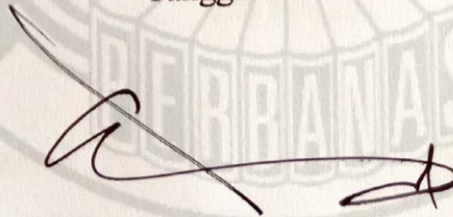
FABRIANNE RAHMA ULIMAZ

NIM : 2015110932

Tugas Akhir ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



(Drs. Ec. Mohammad Farid, MM)

TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN BTN JUNIOR
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
CABANG SURABAYA

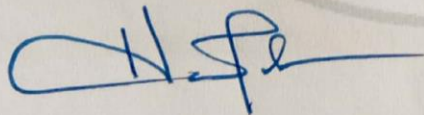
Diajukan oleh :

FABRIANNE RAHMA ULIMAZ
NIM : 2015110932

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tugas Akhir
pada tanggal

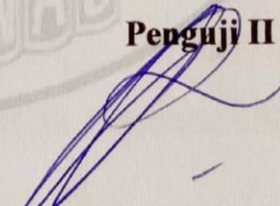
Tim Penguji

Penguji I



(Dr. Drs. M. Nadjib Usman, M.M)

Penguji II



(Chitra Laksmi Rithmaya, S.E, M.M)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Fabrianne Rahma Ulimaz
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 23 Desember 1996
N.I.M : 2015110932
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Program Pendidikan : Diploma 3
Judul : Strategi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Btn Junior Pada Pt. Bank
Tabungan Negara Cabang Surabaya

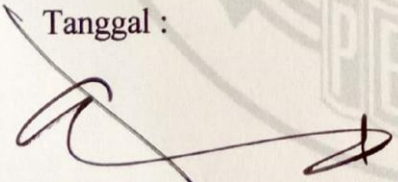
Disetujui dan diterima baik oleh :

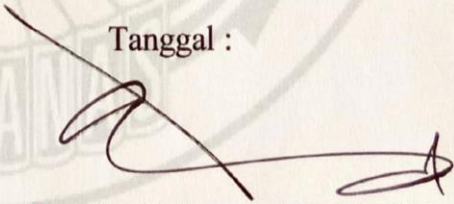
Ketua Program Studi Diploma 3

Dosen Pembimbing ,

Tanggal :

Tanggal :


(Drs. Ec. Mohammad Farid, MM)


(Drs. Ec. Mohammad Farid, MM)

MOTTO

“Sukses adalah kemampuan untuk melangkah dari kegagalan tanpa hilang antusiasme.”

--- Sir Winston Churchill ---



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini dan untuk itu Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua terutama ibu saya yang telah memberikan do'a dan dukungan.
2. Sepupu saya tercinta yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
3. Saudari Ririn Zuliana yang telah meluangkan waktu dengan menjadi teman diskusi dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Saudari Haningrum Indira Nastiti yang telah membantu selama proses penelitian Tugas Akhir ini berlangsung.
5. Teman-teman seangkatan yang pernah berbagi informasi selama masa perkuliahan.
6. Untuk pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian beserta penyusunan tugas akhir dengan judul “STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN JUNIOR PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA CABANG SURABAYA”

Penulisan tugas akhir ini merupakan hasil penelitian dan pengamatan penulis yang telah dilakukan pada bagian *Customer Service* PT. Bank Tabungan Negara Cabang Surabaya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat Program Studi Diploma 3 Keuangan dan Perbankan STIE Perbanas Surabaya.

Dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini, penulis menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dari dalam kampus maupun perusahaan dimana tempat penulis menyelesaikan penelitian. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan dan bantuan kepada:

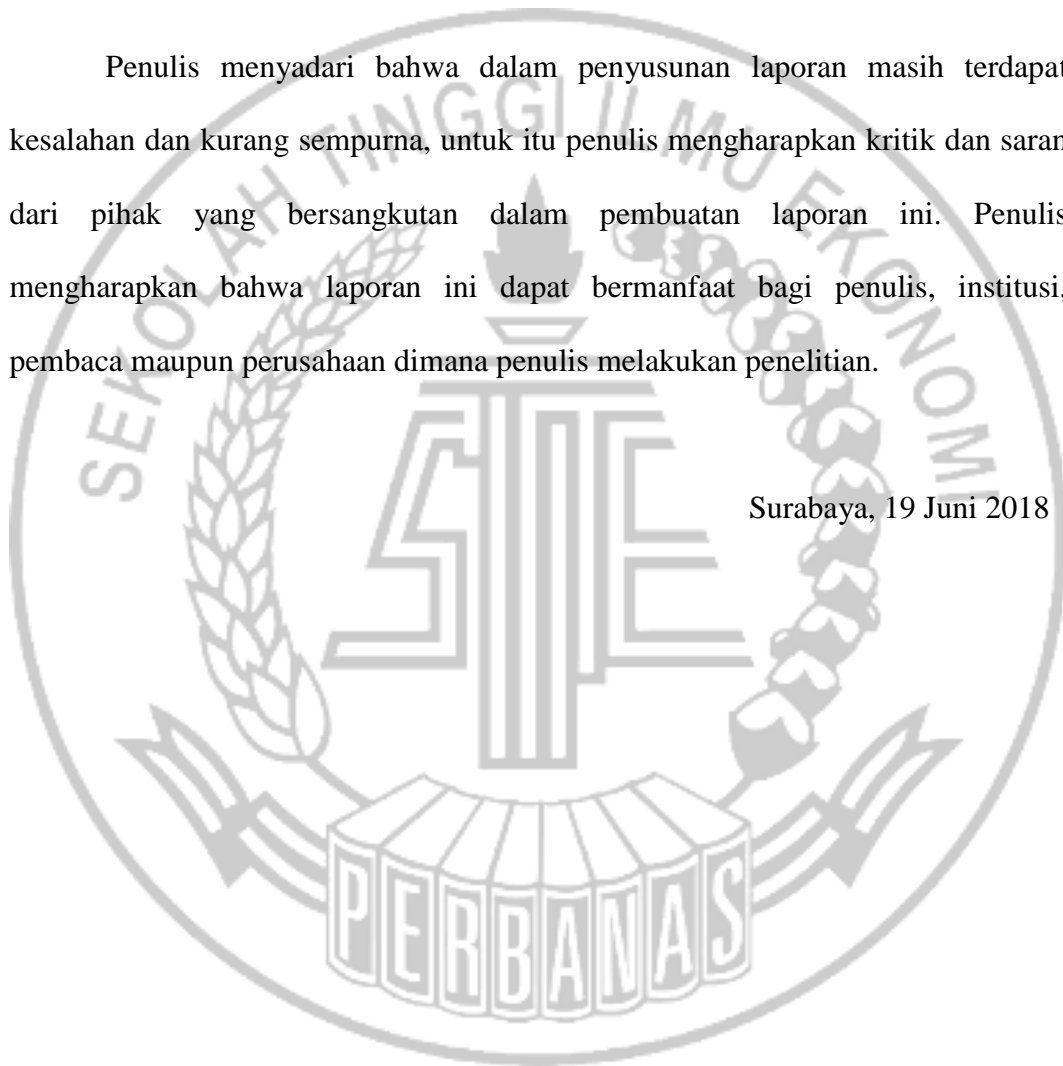
1. Bapak Dr. Lutfi, S.E.,M.Fin. selaku ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Bapak Drs. EC. Mochammad Farid, M.M selaku ketua program studi Diploma 3 sekaligus dosen pembimbing tugas akhir.
3. Ibu Nindi selaku *General Administration* yang membantu penulis memperoleh izin penelitian.
4. Ibu Irma Moeryanthi selaku *Service Assurance Staff* di bagian *Customer Service* yang telah meberikan waktunya kepada penulis

sehingga penulis dapat memperoleh data serta informasi yang penulis butuhkan.

5. Seluruh staff dan karyawan PT. Bank Tabungan Negara Cabang Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan masih terdapat kesalahan dan kurang sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pihak yang bersangkutan dalam pembuatan laporan ini. Penulis mengharapkan bahwa laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis, institusi, pembaca maupun perusahaan dimana penulis melakukan penelitian.

Surabaya, 19 Juni 2018



DAFTAR ISI

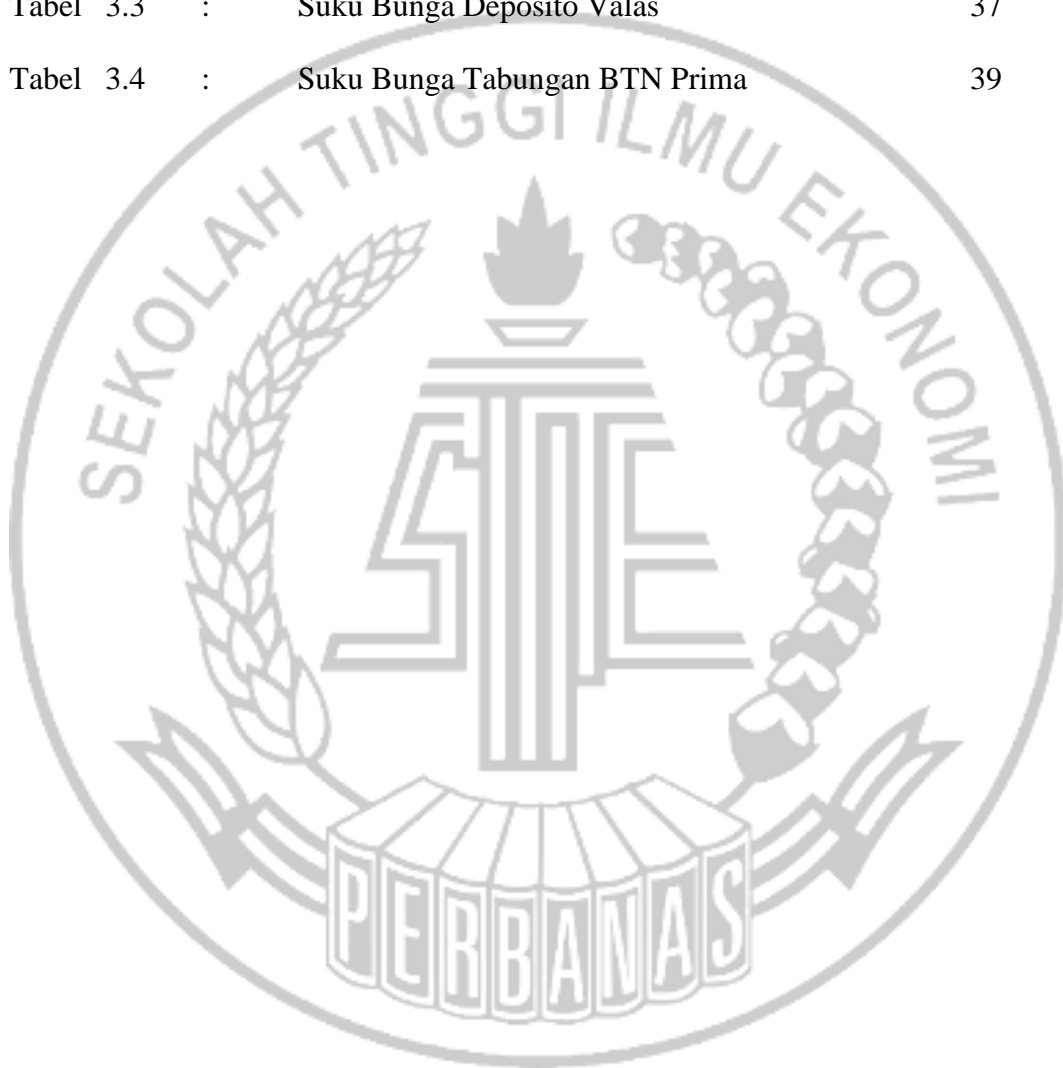
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Penjelasan Judul	6
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Metode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Bank	11
2.2 Jenis-jenis Bank	12
2.3 Pengertian Tabungan	18
2.4 Tabungan BTN Junior	20
2.5 Perhitungan Suku Bunga BTN Junior	20
2.6 Pengertian Strategi Pemasaran	21
2.7 Teori Pemasaran dan Perbankan	22
BAB III GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN	
3.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	26
3.2 Visi dan Misi	29
3.3 Nilai-nilai Dasar Bank BTN	31
3.4 Struktur Organisasi	32
3.5 Job Description	33
3.6 Profil Usaha	36
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Strategi Pemasaran Secara Keseluruhan	57
4.2 Strategi Pemasaran Tabungan BTN Junior	61

4.3 Pemasaran Bank BTN Dimasa Mendatang	67
4.4 Hambatan yang Terjadi	68
4.5 Cara BTN Menghadapi Hambatan	69
 BAB V	
PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	74



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Contoh Perhitungan Bunga Tabungan Junior	20
Tabel 3.1 : Nilai-nilai Dasar Bank BTN	31
Tabel 3.2 : Suku Bunga Deposito Rupiah	37
Tabel 3.3 : Suku Bunga Deposito Valas	37
Tabel 3.4 : Suku Bunga Tabungan BTN Prima	39



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 : Logo Perusahaan	28
Gambar 3.2 : Struktur Organisasi BTN	32
Gambar 4.1 : Mekanisme Pembukaan Tabungan BTN Junior	62
Gambar 4.2 : Mekanisme Pembukaan Tabungan Kolektif	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Buku Tabungan BTN Junior
Lampiran 2 : Brosur Tabungan BTN Junior
Lampiran 3 : Formulir Pembukaan Tabungan
Lampiran 4 : Formulir Penutupan Tabungan
Lampiran 5 : Formulir Penarikan
Lampiran 6 : Formulir penyetoran
Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian



**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN BTN JUNIOR
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
CABANG SURABAYA**

Oleh :

Fabrianne Rahma Ulimaz

STIE Perbanas Surabaya

Email : Fabrianeulimaz@gmail.com

Menabung merupakan cara mengelola keuangan dan untuk mendidik pada anak menjadi lebih hemat, yang sangat penting untuk diterapkan oleh orang tua pada anak sejak usia dini. Hampir semua anak mempunyai kebiasaan menyimpan uang di celengan dan di wali kelas namun hal itu tidak efektif. Oleh karena itu Bank BTN berinisiatif membuat produk Tabungan Junior yang dikhususkan pada anak-anak usia 12 tahun. Dalam mengembangkan jumlah nasabah tabungan junior, BTN perlu menyusun strategi pemasaran yang sesuai agar tidak kalah saing dengan lembaga keuangan lainnya. Untuk mengetahui strategi yang sesuai, perlu dilakukannya observasi dan wawancara dengan pihak terkait. Dalam memasarkan produk tersebut, ada beberapa kendala diantaranya lokasi bank BTN yang tidak dekat dengan Sekolah Dasar, adanya produk tabungan dari bank milik pemerintah, penarikannya hanya bisa dilakukan oleh walinya, tidak terdapat ATM. Untuk mengatasi masalah tersebut Bank BTN telah melakukan promosi dan pengenalan produk tersebut diluar sekolah

Kata kunci : Strategi Pemasaran, nasabah, tabungan junior.

*Marketing Strategy For Increas The Number Of Custumer To Saving Junior at PT
Bank Tabungan Negara Office Cash Surabaya*

Fabrianne Rahma Ulimaz
STIE Perbanas Surabaya
Email : fabrianeulimaz@gmail.com

ABSTRACK

Saving is the way to headle finances and to educating children being frugal, which is a very important to app;ied by the old on children at their young age. Almost all the son to have habits keep money in money box and in homeroom it does not effective. Hence Bank BTN taken the initiative to make a product savings junior which is devoted in children age of 12 years. In developing the number of clintes saving junior, BTN need to arranged strategy marketing appropriate that no less competitiveness of with financial institusion other. To know about strategy appropriate, need to he did onservation and interview with related parties. In marketing of these products, there are a number of problems such as the Bank BTN not close to primary school, the product the state owned banks, withdrawal can only provided by his, there is no ATM. To overcome the obtacles, BTN have promote and the introduction of these product outside school

Keyword: Marketing strategy, customers, junior saving.