

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia yang semakin hari semakin meningkat diikuti oleh kebutuhan yang semakin besar baik secara individu maupun kelompok membuat lembaga – lembaga perekonomian berlomba – lomba mengelola dan mengerakkan semua potensi ekonomi agar berdaya guna secara optimal. Dalam persaingan dunia bisnis terutama dalam lembaga keuangan perlu adanya pengawasan guna mempermudah terjadinya transaksi antara pihak lembaga dan masyarakatnya.

Lembaga keuangan tersebut salah satunya yaitu perbankan dimana bank yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan tabungan, simpanan deposito dan giro, selain itu juga menyalurkan dananya berbentuk kredit atau pinjaman kepada masyarakat bisa berbentuk kredit modal kerja, kredit investasi, kredit kendaraan bermotor selain fungsi bank yang menyalurkan dana dan menghimpun dana disini juga ada jasa bank yang diberikan kepada masyarakat berbentuk transfer, kliring *internet banking*, dan lain sebagainya sehingga disini membuat banyak daya tarik masyarakat untuk menyalurkan dananya di bank.

Bank menurut Suyatno (1997:1) yaitu merupakan badan hukum yang menerbitkan alat – alat tukar berupa uang giral. Maupun dengan alat – alat pembayarannya sendiri ataupun dengan uang yang diperoleh dari orang lain, yang

bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit. Bank sebagai suatu perusahaan memerlukan kebijakan pemasaran untuk mendukung terlaksananya fungsi utama tersebut dan untuk memasarkan produk dan jasanya. Selain itu kebijakan pemasaran diperlukan karena telah terjadinya liberalisasi dibidang perbankan yang telah mendorong munculnya bank – bank baru di Indonesia, sehingga persaingan antar bank dalam memperebutkan pasar yang semakin ketat. Jika sebelumnya bank tidak pernah melakukan kegiatan pemasaran maka saat ini, dipaksa harus melakukan pemasaran secara aktif dengan mendatangi calon nasabah dimanapun berada.

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan perbankan. Pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan – kegiatan usaha dari produsen kepada konsumen. pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran bank juga merupakan pemikiran yang berorientasi kepada nasabah, sehingga melalui pelayanan dari bank, kebutuhan dan keinginan nasabah dapat dipenuhi. Penyediaan keinginan dan terhadap produk bank ini harus dilakukan melalui perencanaan yang matang.

Dalam praktek perbankan yang ada di Indonesia, terdapat dua bentuk bank berdasarkan jenisnya yang beroperasi adalah bank umum dan bank perkreditan rakyat pada (Undang – Undang RI No. 10 tahun 1998) tentang perbankan. Dimana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Sebagaimana halnya fungsi dan tugas perbankan di Indonesia. Bank umum juga merupakan *agent of development* yang bertujuan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat mempunyai kegiatan usaha yang lebih terbatas dibandingkan Bank Umum. Bank Perkreditan rakyat hanya menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu dan tidak menerima perhimpunan dananya dalam bentuk giro. Bank Perkreditan rakyat juga tidak diperbolehkan melakukan penyertaan modal, kegiatan usaha dalam modal asing serta kegiatan perasuransian.

PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari tersebut memegang peran penting dalam pembangunan yang menyediakan produk – produk yang beraneka ragam salah satunya yaitu produk tabungan di dalam PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari produk tabungannya sangat menarik. Selain itu juga menghimpun dana simpanan deposito berjangka dan PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari ini juga menyalurkan dananya kepada masyarakat berbentuk kredit baik untuk sektor pertanian, sektor perdagangan, sektor jasa, dan kredit konsumtif.

Selain itu juga, keunggulan – keunggulan dari PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari ini adalah memberikan pelayanan prima yang berkualitas dan terpercaya, menjadi mitra bagi masyarakat ekonomi kecil yang membutuhkan dana untuk pengembangan usahanya. Selain itu juga PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari ini juga menyediakan pelayanan jasa simpanan tabungan untuk nasabah yang tidak memiliki waktu datang ke Bank untuk menabung.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan nasabah hanya untuk produk simpanan tabungan harian. Produk tersebut merupakan produk unggulan PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari yang memiliki ciri khas berwarna merah untuk kartu tabungan serta buku tabungannya. Dan pada penghimpunan dananya ini juga disini mempunyai kelebihan atau fasilitas balas jasanya yaitu jemput bola dimana para petugas bagian tabungan, mendatangi nasabah bank yang akan mau menabung di PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto tepatnya di daerah Mojosari.

Sehubungan dengan itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.dalam menyelesaikan penelitian Tugas Akhir yang sedang penulis laksanakan mengenai “strategi pemasaran tabungan harian pada PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dalam penelitian Tugas akhir, dengan ini dapat di simpulkan dengan rumusan masalah penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari Tabungan Harian ?
2. Bagaimana Keunggulan Produk tabungan pada PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari apabila dibandingkan dengan produk tabungan bank yang lain untuk dapat bersaing di pasaran?
3. Bagaimana fasilitas yang mendukung produk tabungan PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari agar nasabah memilih produk tersebut dibandingkan dengan tabungan yang lain?
4. Bagaimana hambatan dan kendala dalam merealisasikan strategi pemasaran yang dihadapi oleh PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari pada produk tabungan harian?
5. Bagaimana solusi dari hambatan dan kendala yang dihadapi PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari dalam merealisasikan strategi pemasaran pada produk tabungan harian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini dapat dijabarkan dan diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang sudah diterapkan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari dalam pemasaran produk tabungan harian.
2. Untuk mengetahui keunggulan produk tabungan harian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.
3. Untuk mengetahui fasilitas apa saja yang diberikan untuk mendukung produk tabungan harian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.
4. Untuk mengetahui bagaimana hambatan ataupun kendala dalam merealisasikan strategi pemasaran produk tabungan harian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.
5. Untuk mengetahui bagaimana solusi dari hambatan ataupun PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari dalam merealisasikan strategi pemasaran produk simpanan tabungan harian.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, adapun manfaat dari penelitian yang diperoleh penulis terkait dengan tugas

akhir yang dilakukan di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang diterapkan bank dalam memasarkan produknya dan juga mengetahui keunggulan sebuah produk simpanan tabungan yang diberikan bank kepada nasabahnya.

2. PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran terhadap penerapan strategi simpanan tabungan harian, dan juga bisa sebagai sarana untuk membantu dalam menarik minat nasabah dalam penggunaan tabungan harian PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambahkan kajian teori mengenai pengembangan strategi pemasaran produk perbankan khususnya pada produk simpanan yang berupa tabungan. Dan untuk sebagai rujukan dan referensi bagi para pembaca guna untuk lebih akurat lagi untuk penelitian kedepannya.