

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keberhasilan perusahaan tergantung pada kelancaran dan keakuratan kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah salah satu kegiatan utama perusahaan untuk menjaga kelangsungan perusahaan, mengembangkan perusahaan dan menghasilkan keuntungan.

Kotler menyatakan “Manajemen pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dalam mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan atau pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain” (Kotler, 2015)

Manajemen pemasaran bank adalah untuk memenuhi persyaratan pelanggan untuk produk dan layanan bank (produk tabungan (giro, tabungan dan deposito), pinjaman (kredit) atau layanan perbankan lainnya).

Strategi pemasaran adalah kerangka kerja dan dasar bagi semua kegiatan untuk mendapatkan hasil terbaik. Strategi pemasaran memiliki banyak faktor yang saling terkait, antara lain :

1. Analisis situasi pasar dan persaingan,
2. Segmentasi pasar yang didasarkan pada aspek demografis dan geografis,
3. Bauran pemasaran (marketing mix), yaitu digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam memenuhi target pasar.

Ketiga faktor ini terkait erat dalam strategi pemasaran. Sebelum melakukan promosi dan metode lain, perusahaan harus terlebih dahulu memahami kondisi pasar dan persaingan pasar, karena perusahaan akan menentukan objek layanan dan objek layanan. Meskipun segmentasi pasar didasarkan pada faktor-faktor demografis dan geografis, jika tujuan yang dituju ditentukan, perusahaan akan mengembangkan bauran pemasaran yang jelas. Sebagian besar kegagalan bisnis terjadi karena perusahaan tidak dapat menentukan pasar dan potensinya.

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur atau yang biasa disebut “Bank Jatim” merupakan salah satu bank Daerah yang memiliki integritas tinggi dan namanya sudah tersebar sangat luas di kalangan masyarakat. Saat ini, Bank Jatim memiliki banyak produk unggulan yang dapat bersaing dalam teknologi dan hubungan dekat dengan masyarakat. Adapun produk tabungan yang dimana Bank Jatim adalah salah satu Bank yang ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2015 untuk menerbitkan produk Tabungan Simpanan Pelajar atau yang dikenal saat ini yaitu Tabungan SimPel.

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur menjadi salah satu bank yang patut untuk diberdayakan, karena Bank Jatim sudah terkenal sebagai bank yang memiliki budaya sangat baik dari segi pelayanan maupun jasa. Oleh karena itu, seluruh remaja atau anak muda dapat menikmati produk simpanan Tabungan SimPel di Bank Jatim tersebut. Pesaing bisa saja meniru produk yang dimiliki oleh Bank Jatim dalam mengembangkan produk Tabungan SimPel, namun yang perlu diingat bahwa yang ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada saat itu hanya bank tertentu yang salah satunya adalah Bank Jatim.

Dengan semakin banyak pelanggan yang tertarik untuk bergabung, pendapatan dan laba perusahaan juga akan meningkat. Jika pelanggan puas, maka yang diharapkan bank adalah merekomendasikan mitra lain untuk menggunakan Produk Bank Jatim dan meningkatkan proporsi pengeluaran layanan bank. Semua itu tidak lepas dengan cara pemasaran produk Tabungan SimPel terhadap target yang disasar.

Dari latar belakang diatas mahasiswa tertarik untuk mengadakan penelitian “STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA TIMUR TBK KANTOR CABANG UTAMA SURABAYA”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran Produk Tabungan SimPel untuk meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya?
2. Apa saja keunggulan yang dimiliki Produk Tabungan SimPel untuk meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya?
3. Apa saja hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan SimPel untuk meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Agar dapat mengetahui strategi pemasaran Produk Tabungan SimPel dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya.
2. Agar dapat mengetahui keunggulan yang dimiliki Produk Tabungan SimPel dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya.
3. Agar dapat mengetahui hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan SimPel dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan :  
Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya seberapa jauh Tabungan SimPel dapat digunakan sebagai media untuk memperkenalkan dan mempromosikan media untuk produk-produk SimPel Savings, sehingga tindakan korektif dapat diambil ketika masalah pemasaran muncul.
2. Bagi STIE Perbanas Surabaya :  
Dapat memahami kemampuan, pengalaman, dan keterampilan siswa dalam penulisan ilmiah, dan dapat digunakan sebagai bacaan referensi di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya.
3. Bagi Mahasiswa :

Dengan melakukan penelitian ini, pengetahuan dan wawasan praktis perusahaan yang melakukan penelitian dapat ditingkatkan, dan dapat digunakan sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma 3.

