

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Studi

Setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga melalui Publisitas (*publicity*) dan keempat promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Seiring perkembangan dunia perbankan, banyak produk dan jasa perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat. Selain itu perbankan pun terus menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen. Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran memainkan peranan yang penting melalui upaya perusahaan dalam menerapkan strategi dan kebijakan perusahaannya untuk mewujudkan

kepuasan nasabah. Dengan demikian maka kinerja strategi promosi berhubungan erat dengan nasabah yang mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Dalam strategi promosi terdapat bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai salah satu aspek strategi dalam promosi. Elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Strategi promosi dapat dijadikan sebagai alat informasi dan komunikasi untuk meningkatkan jumlah suatu produk agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Saat ini semakin beragam produk tabungan yang ditawarkan oleh perbankan kepada masyarakat dengan berbagai kemudahan-kemudahan, tingkat suku bunga yang kompetitif, berikut hadiah-hadiah yang menarik. Hal ini jika dilihat dari sudut pandang nasabah, cukup menguntungkan karena semakin banyak produk yang ditawarkan.

Bank bjb sebagai salah satu bank yang memasarkan berbagai simpanan, saat ini mempunyai produk tabungan untuk anak-anak yaitu Tabungan Tandamata My First. Produk ini terhitung produk baru di bank bjb, yang baru diluncurkan di pasaran pada bulan Januari tahun 2014. Maka promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan keunggulan dari Tabungan Tandamata My First dalam meraih konsumen atau calon nasabah. Produk Tabungan Tandamata My First diharapkan menjadi produk unggulan, tentunya dengan atribut produk yang memenuhi syarat seperti layanan, tingkat suku bunga dan kemudahan-kemudahan. Hal ini menjadi dasar keputusan bagi nasabah untuk memilih dan menggunakan produk yang diinginkan.

Adapun penerapan strategi promosi yang dilakukan bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek untuk meningkatkan penjualan produk Tabungan Tandamata My First diantaranya melalui kegiatan periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*). Kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Pada triwulan pertama tahun 2014 (Januari-Maret) jumlah nasabah Tandamata My First masih belum ada peminat, di triwulan kedua tahun 2014 (April-Juni) jumlah nasabah sebanyak 13 orang, kemudian di triwulan ketiga tahun 2014 (Juli-September) jumlah nasabah meningkat sebanyak 27 orang yaitu dari 13 orang menjadi 40 orang. Namun di triwulan keempat 2014 (Oktober-Desember) jumlah nasabah menurun sebanyak 30 orang, dari 40 orang menjadi 10 orang. Hal ini di latar belakang karena adanya hambatan yang menjadi tantangan selama pelaksanaan promosi mulai dari persaingan antar bank, jumlah brosur yang masih terbatas, kurang memanfaatkan media iklan televisi, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dan mengambil judul **“Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Produk Tabungan Tandamata My First Pada bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi dalam upaya meningkatkan produk Tabungan Tandamata My First pada bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam strategi promosi Tabungan Tandamata My First pada bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek?
3. Bagaimana solusi yang harus dilakukan oleh bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek untuk mengurangi kendala dari strategi promosi Tabungan Tandamata My First?

1.3 Maksud dan Tujuan Studi

Maksud dari dilakukannya studi ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan produk Tabungan Tandamata My First dan informasi yang terkait dengan tujuan studi.

Adapun tujuan dari dilakukannya penulisan Tugas Akhir ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi dalam upaya meningkatkan produk Tabungan Tandamata My First pada bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi promosi Tabungan Tandamata My First pada bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancekek.
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan oleh bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancekek untuk mengurangi kendala dari strategi promosi Tabungan Tandamata My First.

1.4 Kegunaan Studi

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi promosi di dalam dunia kerja.

2. Bagi Bank

Hasil studi ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancekek dalam menerapkan strategi promosi.

3. Bagi Pihak Lain

Memberikan tambahan pengetahuan dan menjadi bahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penulisan karya ilmiah dengan topik yang sama.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini metode studi yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode studi yang dapat memperoleh deskripsi

atau gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu cara untuk memperoleh data-data dengan cara melakukan penelitian secara langsung kepada objek yang akan diteliti dengan cara atau teknik sebagai berikut ;

a. Wawancara

Yaitu mengadakan pembicaraan langsung dengan staff yang berwenang di bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

b. Kerja Praktik

Metode studi yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan atau kerja praktik di bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Laporan Tugas akhir.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Tujuan dari studi kepustakaan ini adalah mengumpulkan data referensi untuk pembuatan Tugas Akhir dengan membaca buku dan *literatur* yang berhubungan dengan Tugas Akhir.

1.6 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penulis melakukan studi untuk mendapatkan data dan informasi guna keperluan Tugas Akhir dengan mengambil lokasi di bank bjb Kantor Cabang Pembantu Rancaekek JL. Dangdeur Timur, Dusun Munggang RT 01/08, Kec. Jatinangor, Kab. Sumedang. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada tanggal 08 September 2014 sampai dengan 10 Oktober 2014, pada hari kerja yaitu dari hari senin sampai dengan hari jumat, mulai pukul 07.30 sampai dengan pukul 16.30 WIB.

