

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, dunia perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan yang disebabkan oleh internal dunia perbankan itu sendiri ataupun perkembangan dari luar dunia perbankan seperti sektor perekonomian, politik, hukum dan sosial. Perkembangan yang pesat ini pun juga diikuti dengan teknologi modern yang membuat masyarakat semakin nyaman dalam menggunakan jasa perbankan. Karena masyarakat tentunya akan mendapatkan pelayanan yang lebih baik daripada sebelumnya. Hal ini ditunjukkan dengan kemudahan masyarakat dalam bertransaksi dan berinvestasi dengan tepat dan cepat. Dengan kemudahan tersebut, masyarakat mulai tertarik dengan dunia perbankan. Perbankan memiliki peran yang sangat besar untuk memajukan perekonomian. Perbankan sebagai lembaga intermediasi tentu menjadi salah satu faktor pemicu pergerakan ekonomi di seluruh sektor, dilansir dari kontan.co.id. Jasa dan produk perbankan hampir selalu dibutuhkan dalam semua jenis kegiatan yang berhubungan dengan keuangan baik yang dilakukan oleh individu maupun organisasi. Bahkan tercatat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan juga perbankan telah dianggap sebagai kebutuhan. Maka dari itu, perbankan telah menjadi penggerak perekonomian suatu negara.

Di Indonesia, terdapat dua jenis bank yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Keduanya hampir memiliki fungsi yang sama namun

BPR tidak dapat memberikan jasanya dalam melakukan lalu lintas pembayaran (giral) seperti cek dan bilyet giro. Sedangkan Bank Umum dapat melakukan aktivitas seperti simpanan giro, valuta asing, dan perasuransian. Bersumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 jumlah Bank Umum terdapat 110 Bank dan 31.127 Kantor Bank. Sedangkan jumlah Bank Perkreditan Rakyat terdapat 1.709 Bank dan 6.562 Kantor Bank, dilansir dari Bps.go.id.

Menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank sebagai lembaga intermediasi berperan sebagai jembatan untuk masyarakat yang memiliki kelebihan dana dengan menghimpun dana dan masyarakat yang membutuhkan dana dengan menyalurkan kredit. Menurut Undang-undang tentang perbankan, dapat ditarik kesimpulan bahwa bank memiliki kegiatan utama yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa bank lainnya. Bank juga memiliki kegiatan pendukung yaitu memberikan jasa-jasa yang lainya seperti *transfer, inkaso, kliring, Save Deposit Box (SDB), Real-Time Gross Settlement*, dan lain sebagainya.

Dalam dunia perbankan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat disebut dengan funding. Produk funding perbankan adalah berbentuk simpanan yang berupa Simpanan Tabungan, Simpanan Giro dan Simpanan Deposito. Sedangkan kegiatan menyalurkan dana bank disebut dengan Lending. Produk Lending diantaranya adalah Kredit Investasi, Kredit Konsumtif, Kredit Profesi,

dan Kredit Modal Kerja. Bank melakukan pembiayaan tersebut bertujuan agar mendapatkan keuntungan. Meskipun bank memiliki berbagai macam produk, namun tabungan menjadi salah satu jenis produk simpanan di bank yang begitu populer di kalangan masyarakat. Produk berupa tabungan populer di masyarakat karena dijadikan wadah untuk menyimpan uang secara lebih aman, dilansir dari [cermati.com](#). Uang yang disimpan di bank akan aman karena uang tersebut tidak mudah dicuri maupun tercecer. Selain itu, menabung juga memiliki manfaat bagi masyarakat seperti belajar untuk hidup hemat, mencegah untuk berhutang, dan memiliki dana darurat atau ketersediaan dana pada saat mendesak. Manfaat tersebut membuat masyarakat dapat merencanakan masa depan dengan baik. Menabung di bank juga memiliki keuntungan seperti terjamin, tabungan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang ada. Praktis, karena terdapat kemudahan layanan perbankan elektronik 24 jam per hari, seperti ATM, Mobile Banking, Internet Banking, dan Call Center, dilansir dari [kompas.com](#).

Salah satu perbankan konvensional yang memiliki berbagai macam produk simpanan adalah Bank Rakyat Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia dan juga Bank Rakyat Indonesia ini sangat mudah ditemukan di berbagai pelosok kota dan pelosok kecamatan sebagai Bank Cabang BRI. Karena alasan tersebut membuat BRI menjadi bank terbaik di Indonesia. Dalam risetnya *The Banker* menyatakan Indonesia telah mencapai pertumbuhan yang kuat dalam catatan bank dunia pada 2020, dengan empat bank yang berhasil membukukan kenaikan modal inti

hampir 20% sepanjang 2019. BRI yang menempati posisi tertinggi di Indonesia, dan berada di urutan 112 di dunia dengan modal inti US\$ 14,2 miliar, dilansir dari cnbcindonesia.com.

Berbagai macam produk simpanan yang ditawarkan Bank BRI diantaranya adalah Simpedes, Simpedes TKI, Simpedes Usaha, Britama, Britama X, Britama Rencana, Britama Valas, Britama Bisnis, Tabungan Haji, Tabungan BRI Simpel, Junio dan TabunganKu. Dari berbagai macam produk tersebut Britama merupakan produk simpanan keunggulan BRI. Britama merupakan produk tabungan yang memberikan beragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas e-banking dan sistem real time online yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Seperti ATM Britama yang sudah memiliki logo mastercard yang membuat nasabah dapat bertransaksi di luar negeri. Dua produk simpanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dinobatkan sebagai Top Brand Award 2011 dari Frontier Consulting Group. Kedua produk itu yakni Tabungan BritAma Junio dan Tabungan BritAma yang masing-masing meraih peringkat pertama dan ke-2, dilansir dari tribunnews.com.

Namun di Bank BRI Kantor Cabang Trenggalek sekitar 60% nasabah menggunakan produk simpanan Simpedes. Dengan itu *Customer Service* Bank BRI Kantor Cabang Trenggalek selalu melakukan penawaran produk tabungan Britama kepada nasabah baru yang ingin membuka rekening tabungan, tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan produk simpanan Britama di wilayah Trenggalek. Seluruh perusahaan dalam bisnis perbankan khususnya

Bank BRI Kantor Cabang Trenggalek memiliki persaingan yang sangat ketat. Oleh karenanya sebuah strategi dibutuhkan, yaitu strategi pemasaran. Strategi pemasaran akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur baik secara internal maupun eksternal (Reza,2013).

Strategi pemasaran merupakan cara atau pendekatan utama yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas pemasaran (Suryani,2017:37). Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar prespektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran (Pribadi,2016). Dalam strategi pemasaran bank terdapat tiga aktivitas strategis yang penting yaitu segmentasi pasar (S), menentukan pasar sasaran (T), dan melakukan *positioning* (P). Setelah merumuskan ketiga aktivitas strategis tersebut terdapat aspek pemasaran yang harus dikaji, yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Suryani (2017:28) bauran pemasaran tersebut menyangkut *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang-orang), *Physical evidence* (bukti fisik), *Processes* (proses).

Berdasarkan uraian diatas, betapa pentingnya strategi pemasaran. Karena dengan menggunakan strategi pemasaran yang khusus dan efektif dapat membuat perusahaan meningkatkan penjualannya. Strategi pemasaran juga

dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan secara menyeluruh. Strategi tersebut harus disesuaikan, tidak hanya disasarkan pada konsumen tetapi juga ditujukan kepada kompetitor yang megincar pasar sasaran konsumen yang sama. Strategi pemasaran berperan penting untuk menjaga pertumbuhan usaha dalam jangka waktu panjang, dilansir dari (kumparan.com). Maka dari itu, pada saat ini dalam bisnis dunia perbankan termasuk Bank BRI Cabang Trenggalek saling bersaing untuk memasarkan produknya agar terjual dipasaran. Untuk memasarkan produk tersebut bank perlu menyusun strategi agar penjualan produknya tepat pada sasaran. Sehingga pada penelitian ini, saya akan membahas analisis strategi pemasaran produk simpanan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Trenggalek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang serta permasalahan yang telah dijelaskan, maka diperoleh rumusan masalah, yaitu bagaimana analisis strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Britama dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Trenggalek ?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini yaitu untuk mengetahui analisis strategi pemasaran pada Produk Simpanan Britama dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Trenggalek.

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah memberikan informasi kepada pembaca mengenai analisis strategi pemasaran yang dilakukan

oleh PT. Bank Rakyat Indonesia pada produk simpanan Britama dalam meningkatkan jumlah nasabah. Manfaat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia yaitu sebagai bahan acuan untuk meningkatkan strategi pemasaran yang akan direncanakan selanjutnya.

1.5 Kontribusi Riset

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan literasi untuk Bank Rakyat Indonesia khususnya kantor cabang Trenggalek agar dapat mengembangkan strategi pemasarannya untuk meningkatkan nasabah.