

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi dalam dunia perbankan adalah munculnya berbagai fenomena menarik dipentas perbankan nasional, banyaknya produk tabungan untuk anak-anak dengan promosi yang menarik konsumen. Menabung merupakan kegiatan yang baik dan dipupuk sejak dini karena menabung merupakan salah satu kebiasaan yang wajib ditanamkan sejak dini. Karena tentu saja dengan menabung anak-anak dengan sendirinya mulai belajar berhemat dan bertanggung jawab dalam memegang uang. Mungkin awalnya menggunakan celengan dirumah dengan menyisihkan sedikit uang sakunya. Kalangan perbankan seperti tidak mau kehilangan momentum untuk ikut berlomba-lomba dalam memperebutkan hati masyarakat agar mempercayakan uangnya untuk disimpan di bank. Bank memanfaatkan perilaku konsumen yang cenderung konsumtif sebagai wujud keikutsertaan dalam persaingan. Bank pun meluncurkan iklan-iklan sekreatif mungkin di berbagai media masa maupun cetak untuk mempengaruhi masyarakat menabung di bank.

Persaingan antara perusahaan bank saat ini semakin ketat dalam memasarkan produk tabungan untuk anak-anak dengan teknologi dengan canggih dan memasarkan secara produk secara kreatif. Maka disamping itu perusahaan dituntut untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen mau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih bank yang sesuai dengan harapannya maka perusahaan harus lebih pintar dalam menjalankan persaingan usaha, untuk bisa menguasai pangsa pasar dalam persaingan usaha dan memenangkan pangsa pasar.

Tabel 1.1
Perusahaan-Perusahaan Pesaing Produk Tabunganku

NO	Perusahaan	Nama Produk
1	Bank BRI	BRItama Junio
2	Bank BNI	BNI Taplus Anak
3	Bank CMIB	Tabungan Junior

(Sumber : Data diambil dari list pesaing usaha)

Salah satu perusahaan yang bersaing dalam produk tabungan untuk anak adalah Bank Jabar Banten dengan produk tabunganku yang diluncurkan tahun 2010. Produk tabunganku yang dimiliki oleh bank Bjb merupakan tabungan untuk anak yang saat ini menjadi tabungan terbaik untuk memberikan pendidikan bagi anak bahwa menabung itu penting dan menyenangkan dengan setoran awal Rp 20.000, sementara produk pesaing tabunganku ini seperti yang diluncurkan oleh Bank BRI dengan nama Produknya BRItama Junio ini yang diluncurkan pada tahun 2013 dengan setoran awal Rp 150.000 pesaing berikutnya adalah Bank BNI dengan meluncurkan produk BNI Taplus Anak yang diluncurkan pada tahun 2011 dengan setoran awal Rp. 100.000 dan pesaing terakhir dari produk tabunganku Bjb adalah Bank CMIB dengan meluncurkan produk Tabungan junior yang diluncurkan pada tahun 2015 dengan setoran awal Rp. 100.000. Produk tabunganku mempunyai keunggulan dari para pesaingnya yaitu adalah dengan setoran awal yang sangat murah dengan Rp.20.000 tetapi Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat mempertahankan suatu persaingan suatu persaingan pasar, perusahaan tersebut perlu memperhatikan keinginan konsumen dalam memilih suatu produk terhadap ketertarikan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dalam menarik konsumen atau memikat hati konsumen perlu adanya promosi, dimana promosi menurut Kotler dan Keller (2012:510) menyatakan bahwa “promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual”.

Berkaitan dengan untuk menarik nasabah dalam membuka tabungan produk tabunganku. Bank Bjb sudah melakukan berbagai kegiatan promosi dengan cara melalui media masa dan cetak contoh dengan melakukan promosi dalam Televisi , Radio maupun datang langsung ke sekolah dengan mengadakan event disekolah untuk mengenalkan produk tabunganku namun lambanya dalam melakukan promosi adanya kurang kekratifan dalam melakukan promosi ini, disini bukan malah menaik jumlah nasabahnya melainkan adanya penurunan jumlah nasabah di tahun yang cukup drastis di tahun 2014 dan tahun berikutnya juga menurun jumlah nasabahnya dan hingga tahun sekarang mengalami penurunan jumlah nasabahnya dan pengeluaran promosi masih terus berjalan.

Lambanya dalam melakukan kegiatan promosi dari Bank Jabar Banten hal ini berdampak dalam dalam jumlah nasabah bank jabar banten dalam produk tabunganku setiap tahunnya mengalami penurunan berdasarkan data penjualan tabel berikut :

Tabel 1.2
Laporan Nasabah Bank Jabar Banter Periode 2014-2016

Tahun	Nasabah
2014	567
2015	423
2016	385

(Sumber: Data Internal Perusahaan dibagikan oleh Kepala Cabang)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa bahwa hasil tingkat volume nasabah pada bank jabar banten pertahun dari rata-rata 2014-2016 adanya penurunan jumlah nasabah produk tabunganku yang ditawarkan kepada konsumen walaupun sedikit dalam penurunanya ditahun 2014 jumlah nasabah 567 sedangkan ditahun 2015 mengalami penurunan 423 jumlah nasabahnya dan 7% penurunanya ditahun berikutnya tahun 2015 mengalami penurunan 385 jumlah nasabahnya dan 5% penurunanya, Dilihat dalam persaingan produk tabungan untuk anak seharusnya bank

Bjb bisa unggul dan menambah jumlah nasabah ditahun yang akan datang karena Bjb memiliki keunggulan yaitu jumlah setoran awal yang sangat murah dengan Rp. 20.000 dibandingkan pesaingnya yang tinggi setoran awalnya, disini ada beberapa kendala dalam penggunaan promosi yang kurang terkena kepada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka terlihat betapa pentingnya pelaksanaan bauran promosi yang tepat dalam suatu perusahaan untuk itu penulis tertarik melakukan praktek dan menulis laporan tugas akhir yang berjudul **“TINJAUAN PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI PRODUK TABUNGANKU PADA BANK BJB KCP SUKAJADI BANDUNG”**

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung ?
2. Kendala-kendala apa saja yang di hadapi dalam pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung ?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kedala-kendala yang di hadapi dalam pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Laporan Tugas Akhir

Maksud dan tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dalam rangka penyusunan laporan tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Diploma III Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung.

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti atau penulis rumuskan, maka penulisan tugas akhir ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung.

2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang di hadapi dalam pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana solusi untuk mengatasi kendal-kendala yang di hadapi dalam pelaksanaan bauran promosi produk Tabunganku pada Bank BJB KCP Sukajadi Bandung.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dan pengumpulan data-data kemudian disalin dalam bentuk tugas akhir ini, maka penulis mengharapkan agar dapat digunakan oleh pihak-pihak :

1. Bagi Penulis

Kegunaan yang diharapkan adalah dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran dalam bidang produk maupun jasa.

2. Evaluasi dan Masukan

Memberikan informasi bagi perusahaan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menerapkan strategi pemasaran lebih baik lagi untuk masa yang akan datang.

3. Bagi Mahasiswa

Sebagai pengetahuan, informasi dan referensi untuk mahasiswa yang akan menyusun penelitian tugas akhir.

1.1.5 Metode yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif. Tujuan metode penelitian deskriptif adalah untuk membantu gambaran atau pelukisan secara sistematis, actual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan fenomena yang akan diteliti. Melalui metode deskriptif ini akan mendeskriptifkan mengenai pelaksanaan bauran

promosi pada produk tabungan tabunganku yang dilakukan oleh Bank BJB Kcp Sukajadi Bandung.

1.5.2 Teknik pengumpulan data

Untuk pengumpulan data digunakan teknik sebagai berikut :

1. Observasi partisipatif

Observasi partisipatif adalah pengamatan secara langsung oleh peneliti di lapangan melihat apa yang dikerjakan orang, mendengar apa yang dikatakan orang dan berpartisipasi apa yang mereka laksanakan. Dalam proses tugas akhir ini akan mengobservasi pelaksanaan bauran promosi pada produk tabungan tabunganku yang dilakukan Bank Bjb Kcp Sukajadi Bandung oleh karena itu proses atau kegiatan yang vital dari suatu perusahaan dalam mencapai target.

2. Wawancara / Interview

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Melalui wawancara ini akan diketahui secara langsung dari informan yang benar-benar mengetahui informasi mengenai pelaksanaan bauran promosi pada produk tabungan tabunganku Bank Bjb Kcp Sukajadi Bandung.

3. Library Research (Penelitian Kepustakaan)

Library research adalah penelitian yang dilakukan bersifat teoritis yang diperoleh dari literature atau dasar teori mengenai konsep, definisi dan unsur dari teori pemasaran, marketing mix, bauran promosi.

Jenis-jenis data penulis dalam mendukung laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- **Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari perusahaan yang bersangkutan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada staf-staf perusahaan yang bersangkutan. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, data primer yang digunakan adalah wawancara dan observasi.

- **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penulis dari buku-buku dan sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam penyusunan tugas akhir ini, data sekunder yang digunakan adalah melalui dokumentasi, literature buku dan sumber-sumber lainnya sebagai pelengkap proses penyusunan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam menyusun tugas akhir penulis melakukan observasi pada Bank BJB KCP Sukajadi yang beralamat di jalan Sukajadi No. 70 Bandung.