

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Semakin berjalannya waktu, khususnya pada dunia perbankan di Indonesia juga mengalami perkembangan yang sangat meningkat. Perbankan adalah salah satu bagian industri memiliki sebuah peran yang sangat penting untuk meyakini sebuah pembangunan ekonomi, terutama pada hal mengumpulkan sebuah dana serta dalam hal penyalurannya. Sebuah lembaga perbankan diyakini sebagai suatu hal yang sangat penting untuk proses pendistribusian uang menjadi lancar. Tahapan penyalurannya bisa dilaksanakan melalui berbagai cara seperti bank memiliki fungsi mengumpulkan sebuah dana daripada masyarakat serta bisa melakukan penyaluran kepada masyarakat yang lebih memerlukan sebuah dana dalam hal kegiatan pengembangan usaha/kegiatan yang lebih bermanfaat lagi bagi masyarakat sekitar yang bertujuan taraf hidup masyarakat dapat meningkat seperti pada umumnya. Hal ini tersebut sejalan oleh UU Perbankan No. 10 Tahun 1998. Bank terbagi menjadi dua bagian yaitu bank konvensional dan bank syariah. Secara umum bank tradisional adalah bank yang menyediakan jasa perbankan seperti transaksi pembayaran sesuai prosedur dan aturan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, bank tradisional adalah bank yang melakukan kegiatan komersial yang luas. Menurut data Badan Pusat Statistik hingga Desember 2022. Saat ini terdapat 4 bank pemerintah, 25 bank pembangunan daerah, 58 bank swasta nasional dan 8 cabang bank asing. (Sutandar et al., 2022).

Dengan perkembangannya tersebut, salah satu contohnya ialah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sudah menunjukkan kepercayaannya kepada masyarakat luas, yang bisa menunjukkan suatu peran kepada masyarakat yang ingin menyimpan uangnya agar lebih aman. Dengan tugas menghimpun dana tersebut, bank sering disebut sebagai lembaga perwalian. Meningkatnya pertumbuhan bank konvensional meningkatkan persaingan untuk akuisisi pelanggan. Seiring persaingan yang terus berlanjut, suatu bank-bank wajib memiliki suatu strategi

yang tepat guna bisa memastikan bank-bank tersebut bisa menarik suatu perhatian masyarakat serta dipercaya dalam hal mengumpulkan serta melakukan penyaluran dana dimilikinya. Suatu strategi yang sangat penting harus dimiliki ialah strategi promosi. Strategi promosi adalah termasuk kedalam salah satu langkah pertama yang biasa digunakan ketika mempromosikan sebuah produk ke konsumen serta suatu yang sangat penting karena memiliki manfaat yang bisa didapat dari suatu perusahaan. Sebuah strategi promosi yang bisa memperoleh suatu keuntungan yang maksimal apabila disertai dengan suatu rencana yang telah terstruktur secara baik. Kesimpulannya, sebuah strategi promosi merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan agar bisa merayu konsumen serta bisa mendorong konsumen tersebut agar mau membeli produknya dengan memakai suatu cara memiliki tujuan agar penjualan menjadi meningkat. (Sutandar et al., 2022).

Marketing PT. Bank Tabungan Negara Cabang Depok yaitu suatu Priority Banking Officer (PBO). Priority Banking Officer (PBO) merupakan suatu karyawan memiliki peran sebagai seorang personal banker, sebagai seorang financial advisor, dan sebagai seorang marketing manager ketika melakukan suatu product service kepada nasabah yang memiliki Priority. Misi PBO adalah mengelola dan menumbuhkan klien utama untuk mendorong pertumbuhan dana dan menyediakan layanan keuangan satu atap untuk meningkatkan pendapatan fee. Dalam hal ini, kerjasama karyawan sangat diperlukan dalam menjaga pelanggan, yaitu. layanan hebat Konsep pelayanan prima pertama kali muncul dari sebuah kreativitas yang dimiliki oleh seorang pelaku bisnis, lalu bisa dicontoh oleh suatu organisasi nirlaba serta lembaga pemerintah. Suatu budaya pelayanan prima bisa dijadikan suatu acuan di berbagai macam lingkungan kehidupan. Istilah pelayanan prima mencakup enam faktor: keterampilan, sikap, perilaku, perhatian, tindakan dan tanggung jawab. Agar kita bisa mengasih suatu pelayanan prima serta bisa membangun sebuah hubungan dari pelanggan yang baik, oleh sebab itu seorang manusia ibarat sebuah kunci keberhasilan, karena pelayanan dan membangun hubungan pelanggan adalah interaksi antara orang-orang di dalam perusahaan dengan orang-orang di luar perusahaan yang disebut pelanggan. (Anggraini & Fitri, 2023).

Oleh karena itu, bank harus memberikan pelayanan prima kepada nasabah yang menaruh kepercayaan padanya. Memberikan fasilitas kepada pelanggan dan melakukan upgrade fitur untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan. Pelanggan kelas atas, yang disebut nasabah prioritas, biasanya mendapat keistimewaan dari pihak bank dibandingkan dengan nasabah lainnya. Namun pada prinsipnya, nasabah harus menyetor saldo yang berbeda dengan bank (Anggraini & Fitri, 2023).

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Nasution (2018) menunjukkan bahwa Strategi yang diterapkan oleh Priority Banking Officer untuk nasabah prioritas adalah dengan menerapkan bauran pemasaran yang baik dan memberikan fasilitas khusus. Menerapkan bauran pemasaran seperti promosi langsung ke pelanggan, iklan dari mulut ke mulut dan iklan media sosial. Dengan demikian, tingkat pengetahuan pelanggan tentang produk yang dipasarkan dapat meningkat, yaitu, dia bisa menjadi pelanggan utama, sehingga dia tertarik pada orang yang memenuhi kriteria untuk menjadi pelanggan utama. Bank tidak memiliki hambatan cukup berat yang berarti dalam menerapkan strategi pemasaran pada Priority Banking Officer sebagaimana PT. Bank Tabungan Negara Cabang Depok pada dasarnya menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. (Sutandar et al., 2022).

Hambatan Priority Banking Officer dalam menerapkan strategi dan menjaring nasabah prioritas adalah persaingan antar bank, baik bank syariah maupun konvensional. Hal ini disebabkan adanya perbedaan saldo minimum nasabah sebagai kriteria nasabah utama. di PT. Bank Sumut diketahui mempunyai paling kecil saldo nasabah dengan jumlah sebanyak Rp. 250.000.000, PT Bank Rakyat Indonesia bisa mempunyai paling kecil saldo nasabah dengan jumlah sebanyak Rp. 500.000.000 dan di PT. Bank Negara Indonesia bisa mempunyai paling kecil saldo nasabah dengan jumlah sebanyak Rp. 500.000.000, sama dengan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Berbeda dengan PT. Bank Mandiri dengan saldo minimal 1 Miliar. Pandangan Peneliti Pasar Sasaran PT. Bank Tabungan Negara Cabang Depok, khusus bagi para pengusaha yang telah mengembangkan usahanya hingga memiliki modal sebesar Rp. 500.000.000

sehingga dapat memenuhi kriteria sebagai nasabah prioritas (Anggraini & Fitri, 2023).

Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Depok dapat menggunakan sistem bonus kemenangan sesuai kebijakan bank, sehingga jumlah kemenangan yang diterima nasabah tidak tetap tetapi dapat bertambah atau berkurang. Hal inilah yang menjadi faktor pendorong loyalitas pelanggan PT. Bank Tabungan Negara cabang Depok. Selain itu persentase pembagian keuntungan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk dan tingkat suku bunga bank konvensional menjadi salah satu hambatan strategi pemasaran “Priority Bank Officer” karena nasabah dapat melihat atau membandingkan hal-hal tersebut. (Anggraini & Fitri, 2023).

Meskipun demikian, Keterbatasan PT. Bank Tabungan Negara cabang Depok, Suku Bunga tersebut tidak menutup kemungkinan untuk menarik nasabah prioritas karena bank-bank tersebut telah memberikan pelayanan khusus yang berbeda dengan nasabah non prioritas sehingga nasabah prioritas tetap nyaman dan loyal kepada bank tersebut. Selain itu, jika ada nasabah prioritas yang ingin memindahkan uangnya ke bank lain, maka staf Petugas Bank Prioritas akan menjalin hubungan baik dengan nasabah tersebut atau melakukan silaturahmi untuk memberikan bantuan dan solusi atas keluhan nasabah tersebut sehingga ingin melakukan pemindahan dananya ke bank lain. Namun saat ini nasabah prioritas PT. Bank Tabungan Negara cabang Depok. tidak pernah mengalihkan dananya ke bank lain (Anggraini & Fitri, 2023).

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Gusti Arifah (2020) di sebuah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Jakarta Selatan menyatakan bahwa sebuah Strategi Pemasaran khususnya Priority Banking Officer (PBO) yang bertujuan guna menambah suatu jumlah nasabah prioritas di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Jakarta Selatan dengan memakai suatu metode atau yang lebih dikenal dengan metode Bellow The Line (BTL), yang menerangkan bahwa suatu prose kegiatan di pemasaran maupun di suatu periklanan yang biasa dilaksanakan pada tingkat konsumen, supaya bisa melibatkan berbagai macam konsumen supaya mereka bisa memiliki pengetahuan tentang suatu produk

perusahaan, misalnya suatu program Bonus/gift program, event, edukasi konsumen, dan lain sebagainya. (Sutandar et al., 2022).

Dengan latar belakang diatas tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana suatu teknik serta strategi yang dipakai oleh Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Depok dalam hal supaya bisa meningkatkan jumlah nasabah prioritas serta bisa menjual produk-produknya ke masyarakat luas, oleh sebba itu penulis membuat suatu laporan tugas akhir dengan judul **“Strategi Promosi Priority Banking Officier Pada Bank Tabungan Kantor Cabang Depok”**

## **I.2 Tujuan**

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi melalui priority banking officer di sebuah PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Depok
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang kemungkinan akan dihadapi ketika melaksanakan strategi Promosi melalui priority banking officer di sebuah PT bank Tabungan Negara Kantor Cabang Depok.

## **I.3 Manfaat**

Berdasarkan tujuan diatas diharapkan dapat memberikan manfaat ialah :

1. Penulis, yaitu bisa dipakai untuk memperdalam ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis serta menjadi salah satu syarat dalam hal menyelesaikan suatu program diploma tiga (D3) khususnya pada program studi perbankan dan keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Upn Veteran Jakarta
2. Perusahaan, yaitu bisa dijadikan sebuah pedoman untuk berbagai pihak yang memiliki keterkaitan, khususnya pihak Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Depok, dalam hal melakukan suatu proses peningkatan pelayanan serta melakukan suatu promosi yang memiliki kualitas.
3. Akademis, yaitu bisa sebagai Tambahan ilmu pengetahuan serta bisa dijadikan suatu referensi pembelajaran.