

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Menurut Kasmir (2016:3), bank ialah badan keuangan yang fungsi utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, serta mengagihkan jasa perbankan lainnya.

Dalam dunia perbankan, perkembangan bisnis saat ini semakin luas baik dari sisi produk perbankan maupun layanan perbankan, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar bank. Dalam situasi ini terutama persaingan dalam memasarkan produk bank. Persaingan tersebut melahirkan gagasan baru bahwa memiliki strategi bersaing dalam pemasaran produk meningkatkan jumlah individu yang menabung di bank. Strategi tersebut dilakukan dengan memasarkan produk dan jasa bank kepada masyarakat.

Menurut Danang Sunyoto (2014:18) bahwa pemasaran ialah ujung tombak perusahaan dalam dunia persaingan yang kian kompetitif, perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dan berkembang. Maka dari itu, pemasaran produk sangat penting bagi suatu bank karena sebegus apapun produk bank tidak didasarkan pada pemberian penjelasan yang mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga sulit bagi masyarakat untuk menerima produk tersebut. Untuk itu bank harus memberikan informasi tentang produk dan layanannya dengan membagikan penjelasan yang mudah ditafsirkan dan dimengerti oleh setiap individu.

Dilansir dari kumparan.com, Presiden Indonesia Joko Widodo meminta anak SD hingga SMA diajari menabung di bank. Pemahaman menabung di bank kini mulai ditanamkan pada diri anak-anak, dengan tujuan untuk menghimpun dana dan juga menanamkan budaya menabung untuk tidak menghamburkan uang yang semestinya diimplementasikan sejak dini. Perusahaan perbankan yang menciptakan produk berbentuk tabungan anak contohnya Bank Bjb atas produknya Tabungan Bjb Tandamata *My First*.

Bank Bjb ialah salah satu badan usaha yang bergerak di bidang jasa perbankan, dalam situasi ini Bank Bjb mempunyai produk tabungan untuk anak-anak yaitu Tandamata *My First* yang diharapkan dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat terutama anak-anak karena tabungan ini mengedukasi bagi anak untuk memacu belajar dari kurangnya kesadaran anak-anak mengenai membudayakan menabung. Bank Bjb melakukan upaya strategi pemasaran dalam memasarkan produk ini agar berhasil dan meraih banyak menghimpun dana serta mengajari anak untuk menabung di bank.

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas maka dari itu penulis akan menelaah mengenai strategi pemasaran yang dijalankan oleh bank. Sehingga penulis memutuskan untuk mengambil judul **“Strategi Pemasaran PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Terhadap Produk Tabungan bjb Tandamata *My First*”**.

## **I.2 Tujuan**

Tujuan Penulisan Tugas Akhir ialah :

- 1) Mengetahui prosedur pembukaan rekening Tabungan bjb Tandamata *My First*
- 2) Mengetahui penerapan strategi pemasaran Tabungan bjb Tandamata *My First*
- 3) Mengetahui hambatan yang dihadapi dalam melakukan pemasaran Tabungan bjb Tandamata *My First*

## **I.3 Manfaat**

Dalam melakukan penyusunan Tugas Akhir, penulis memiliki harapan bahwa Tugas Akhir ini bisa berguna bagi berbagai pihak.

### a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini memberikan informasi kepada pembaca mengenai pelaksanaan strategi pemasaran pada bank terhadap produk tabungan.

### b. Manfaat Praktis

Dehora, 2023

**STRATEGI PEMASARAN PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK TERHADAP PRODUK TABUNGAN BJB TANDAMATA MY FIRST**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbankan dan Keuangan Diploma Tiga  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- 1) Penulis berharap bagi mahasiswa agar penelitian ini mampu meningkatkan dan memperdalam pemahaman tentang strategi pemasaran yang digunakan perbankan dalam menyalurkan produk tabungannya.
- 2) Bagi bank, penulis berharap hasil penelitian ini mampu diaplikasikan sebagai materi informasi dan gambaran bagi bank dalam pelaksanaan strategi pemasaran Tabungan bjb Tandamata My First.