

BAB I

LATAR BELAKANG

I.1 Pendahuluan

Menurut Pasal 1 Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya, bank banyak menerbitkan produk dan jasa yang untuk masyarakat.

Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, tidak ada lagi pilihan lain bagi perbankan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan. Perbankan terus berusaha meningkatkan efektifitas kompetitif dan nilai perusahaan di mata konsumennya. Untuk itulah, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar bisnis perbankan dapat melaksanakan tiga kegiatan utamanya salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat dengan cara menyediakan produk seperti tabungan, Bank BJB tetap harus melakukan peningkatan produk agar nasabah lebih nyaman menggunakan produk tabungan. Oleh karena itu, setiap perbankan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat sebagai cara untuk meningkatkan penjualan dengan produk yang dimiliki dengan menggunakan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tindakan yang terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya (Wibowo dkk, 2015, hlm.60).

Menabung merupakan suatu kegiatan yang sudah tidak asing lagi di masyarakat. Dalam hal ini menabung dapat menjadi salah satu cara bagi seseorang dalam menyimpan uang mereka. Menabung dapat dijadikan sebuah investasi bagi sebagian besar masyarakat pada saat ini, mengingat kebutuhan yang beragam dari setiap orang. Salah satu produk tabungan yang dapat digunakan adalah Tandamata SiMuda Investasiku yakni produk tabungan yang di inisiasi OJK yang diperuntukan khusus bagi mahasiswa dan pemuda bagi kelompok usia 18-30 tahun yang dilengkapi dengan fitur asuransi. Dengan Tandamata SiMuda Investasiku, dapat bebas menentukan tujuan investasi seperti pendidikan, wisata, ibadah, pensiun atau apapun tujuan anda dengan Jangka waktu mulai dari 1 Tahun sampai dengan 12 Tahun (kelipatan 12 Bulan). Tabungan rencana untuk golongan pemuda/mahasiswa dalam mata uang rupiah yang dilengkapi dengan sistem Autodebet rekening perbulan dalam jangka waktu tertentu yang dilengkapi dengan perlindungan asuransi jiwa yang diluncurkan pada 17 Oktober 2019.

Karena Tandamata SiMuda Investasiku masih tergolong produk baru maka dalam pemasarannya bank BJB membutuhkan suatu cara pemasaran yang baik agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Karena pentingnya keberhasilan pemasaran produk bank sangat tergantung dari hasil kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar) dan bauran pemasaran yang dijalankan (marketing mix), yang bertujuan untuk menarik calon nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis judul Tugas Akhir **”Strategi Pemasaran Bank BJB dalam Meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku”**

I.2. Tujuan

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Bank bjb untuk meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku.
2. Untuk mengetahui perkembangan jumlah dana dan nasabah Tandamata

SiMuda Investasiku wilayah Kota Depok dan secara nasional.

3. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi bank bjb dalam meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku.

I.3. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis Tugas Akhir:

Diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan dalam bidang perbankan khususnya mengenai strategi pemasaran yang diterapkan bank untuk meningkatkan suatu produk bank.

2. Manfaat Praktis Tugas Akhir:

- a) Bagi Nasabah, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran bank bjb dalam meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku, perkembangan jumlah dana dan nasabah Tandamata SiMuda Investasiku dan hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku
- b) Bagi Bank, dapat digunakan untuk mengevaluasi Tandamata SiMuda Investasiku.
- c) Bagi Regulator, dapat digunakan sebagai masukan untuk menciptakan produk tabungan yang dapat meningkatkan literasi dan inklusi keuangan.