

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang melayani aktivitas keuangan yang terpercaya dan aman. Bank juga memiliki layanan jasa keuangan yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memperbaiki perekonomian masyarakat dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan penyaluran produk kepada masyarakat. Untuk menyalurkan dana dari bank kepada masyarakat suatu bank mempunyai prosedur melalui produk yang dimiliki. Produk perbankan yang menjadi prioritas bank karena banyak diminati nasabah adalah layanan tabungan. Melalui tabungan, bank mampu mendanai aktivitas operasionalnya yang sekaligus menjadi indikator keberhasilan dalam menghimpun dana masyarakat.

Tabungan adalah dana masyarakat yang disimpan dari pihak ketiga dan mampu ditarik secara bebas dimana pun dan kapan pun sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Hal yang mendorong keinginan calon nasabah untuk menghimpun dana pada bank khususnya pada tabungan adalah keamanan dana yang dijamin ditambah dengan penawaran yang menarik seperti hadiah dan kemudahan dalam membuka layanan tabungan. Seiring berjalannya waktu, bank mulai berinovasi melalui kemudahan sehingga menarik calon nasabah. Beberapa inovasi bank yang telah ada yaitu penarikan dana melalui mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) menggunakan kartu ATM, tabungan, layanan Mbanking, dan layanan lainnya sesuai dengan bank yang memfasilitasi.

Kompetisi dunia perbankan semakin ketat, yang dibuktikan dengan banyaknya bank-bank yang bermunculan, bank menerapkan strategi promosi untuk tetap memperoleh profit guna mendanai proses operasionalnya. Strategi promosi ini juga disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga meningkatkan minat dalam menyimpan uang di lembaga keuangan tersebut. Bank juga harus mengikuti kebutuhan masyarakat yang berubah ubah sehingga mampu menyetap banyak profit atau laba.

Bank Rakyat Indonesia atau lebih dikenal dengan BRI merupakan bank yang beroperasi di seluruh Indonesia hingga ke pelosok-pelosok pedesaan guna menggapai masyarakat kecil yang jauh dari fasilitas umum. Karena

bank BRI sudah mempunyai beragam fasilitas yang ditempatkan pada pelosok-pelosok daerah di Indonesia. Tabungan simpedes merupakan produk yang sangat cocok bagi masyarakat menengah kebawah karena terdapat berbagai fitur yang cukup lengkap dan mudah dipahami oleh masyarakat awam. Produk ini banyak dipakai untuk menabung dan dapat pula digunakan untuk persyaratan kredit guna membuka usaha bagi masyarakat.

Perkembangan jumlah nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero) Unit Nglegok sangat signifikan karena pemasaran produk simpedes dilakukan dengan prosedur yang sesuai guna meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk ini. Berikut perkembangan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero) Unit Nglegok.

Tahun	Jumlah Nasabah
Desember 2020	14.576
Desember 2021	17.976
Desember 2022	19.347
Juni 2023	19.989

Tabel 1. perkembangan jumlah nasabah BRI Unit Nglegok
Data di olah Juni 2023

Menurut data tersebut strategi yang dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Nglegok sudah optimal dan berjalan dengan baik, terbukti bahwa setiap tahun jumlah nasabah mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini perlu di pertahankan dan juga di tingkatkan agar Masyarakat yang sudah menjadi nasabah tetap terhubung dan tetap memakai produk yang diberikan oleh bank BRI itu sendiri.

Dalam menghimpun dana pihak ketiga, setiap bank memiliki kebijakan yang berbeda-beda. PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Unit Nglegok atau Bank BRI memiliki prioritas layanan tabungan yang dipromosikan yaitu tabungan simpedes. Berdasarkan peran penting dari pemasaran bagi bank, maka penulis tertarik menyusun studi penelitian berjudul “**Implementasi Rencana Kerja Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pedesaan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok Cabang Blitar**”

1.2 Rumusan Masalah

Menurut paparan pada latar belakang dan Kriteria Unjuk Kerja dapat dirumuskan permasalahan berupa :

- 1) Bagaimana sistem dan prosedur pembukaan rekening tabungan simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok
- 2) Bagaimana metode pemasaran produk tabungan simpedes dijalankan sesuai dengan rencana kerja pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok
- 3) Bagaimana Upaya untuk memelihara hubungan dengan calon nasabah yang dijalankan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

A. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Memberikan gambaran dan pemahaman mengenai prosedur pembukaan tabungan simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok.
2. Memberikan gambaran dan pemahaman mengenai metode pemasaran yang dijalankan yang sesuai dengan rencana kerja
3. Memberikan gambaran mengenai Upaya dalam memelihara hubungan baik dengan calon nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Nglegok

B. Manfaat Penulisan

Peneliti berharap mampu berkontribusi pada berbagai pihak melalui penelitian ini, meliputi :

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk menyelesaikan salah satu syarat mendapat gelar (A.Md.M) pada program studi D3 Perbankan & Keuangan
 - b. Sebagai penambah wawasan dan sumber pengetahuan tentang implementasi rencana kerja pemasaran yang dilakukan pada Bank BRI
2. Bagi Bank BRI
 - a. Sebagai salah satu indikator bagi Perusahaan tentang peningkatan kuantitas nasabah

- b. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh bank guna menambah jumlah nasabah telah optimal
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Menjadi referensi dalam penyusunan laporan yang serupa.
 - b. Sebagai sumber wawasan tentang perkembangan strategi pemasaran

1.4 Definisi Istilah

A. Pemasaran

“Pemasaran adalah proses penciptaan, pengenalan, dan penyerahan produk dari perusahaan kepada konsumen. Kegiatan ini menuntut perusahaan membangun interaksi dan hubungan yang kuat dengan konsumen melalui nilai lebih. Pemasaran bermaksud untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada pelanggan mengenai produk yang dimiliki perusahaan dan kemudian dapat dijual.”

Kotler (2012:9)

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh pakar atau ahli, pemasaran merupakan kegiatan usaha yang berkaitan guna pelaksanaan strategi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan produk dan harga yang sesuai. Selain itu, juga dapat menggunakan strategi promosi dan distribusi

B. Tabungan

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan /atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. (Direktorat Hukum Bank Indonesia, 2009)

Tabungan dalam ilmu Ekonomi Makro didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan disposabel yang disimpan karena tidak habis digunakan untuk konsumsi. Tabungan dalam lingkup luas merupakan bagian dari pada pendapatan nasional per tahun yang tidak digunakan untuk konsumsi.

Menurut Sadono Sukirno (2000), Tabungan adalah bagian pendapatan yang diterima masyarakat yang secara sukarela tidak digunakan untuk konsumsi. Masyarakat menggunakan bagian dari pendapatan yang tidak

dikonsumsi tersebut untuk beberapa tujuan, diantaranya yaitu disimpan saja tanpa digunakan, disimpan atau ditabung pada lembaga-lembaga keuangan, dipinjamkan kepada anggota masyarakat lainnya, serta digunakan untuk penanaman modal yang produktif.

C. Tabungan Simpedes

Tabungan ini adalah tabungan yang memfasilitasi kegiatan menabung dengan rupiah dan memiliki kebebasan dalam pelayanan. Selain itu, pelayanan tabungan ini tidak terbatas pada kuantitas setoran dan penarikan baik kuantitas maupun nominal dana selama memenuhi persyaratan yang ditetapkan

Berikut kelebihan dari tabungan simpedes pada Bank BRI:

- a. Tersebar luas di seluruh Indonesia dan memawahi pelayanan secara daring
- b. Menawarkan hadiah yang besar
- c. Memiliki Kartu BRI sebagai kartu ATM dengan fitur yang serbaguna.
- d. Layanan pembukaan rekening dapat dilakukan dengan mudah pada berbagai unit
- e. Kuantitas penyetoran dan penarikan tidak terbatas selama memenuhi ketentuan
- f. Jaringan pada kartu BRI yang sangat luas

D. Perbankan

Berdasarkan Kasmir (2016 : 3), bank ialah lembaga yang bergerak pada bidang keuangan yang bertugas guna mengumpulkan dana dari masyarakat dan mendistribusikan kepada pihak lain dan layanan lainnya. Menurut UU No. 7 tahun 1992 mengenai perbankan menguraikan bahwa bank menyimpan dana dari masyarakat dan disalurkan kembali untuk meningkatkan kesejahteraan. Sementara berdasarkan UU No. 10 tahun 1998 yang menyempurnakan UU No. 7 tahun 1992, adalah : “Bank merupakan lembaga usaha yang mengumpulkan uang dari pihak ketiga dan mendistribusikan dengan kredit untuk meningkatkan kesejahteraan”.

Maka, bank memiliki operasional penghimpunan dana masyarakat yang didistribusikan melalui kredit serta jasa lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan.

1.5 Unjuk Kerja

KODE UNIT : K.641266.009.01

JUDUL UNIT : Memasarkan Produk/Layanan Dana Pihak Ketiga

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berkaitan dengan wawasan dan kemampuan serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam pemasaran produk/layanan menghimpun uang masyarakat.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Persiapan promosi pelayanan pengumpulan dana dari pihak ketiga	1.1. Sistem dan prosedur terkait proses pembukaan rekening dan jasa lainnya serta produk kredit secara umum dipelajari sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh bank.
2. Melakukan pemasaran dan transaksi dengan (calon) nasabah	2.1. Metode pemasaran produk dana dijalankan sesuai rencana kerja atau disesuaikan dengan situasi dan kondisi di lapangan.
3. Memelihara hubungan dengan (calon) nasabah	3.1. (Calon) nasabah dihubungi secara periodic dan dijelaskan perkembangan bank serta diidentifikasi kebutuhan nasabah terhadap produk bank.

Tabel 2. SKKNI