

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

Bank Woori Saudara adalah perusahaan perbankan yang bergerak dalam bidang umum diresmikan pada 30 Desember 2014, Bank Woori Saudara adalah perusahaan perbankan hasil dari penggabungan 2 perusahaan perbankan yaitu Bank Saudara dan Bank Woori Indonesia, awalnya Bank Saudara berdiri pada tahun 1906 dengan nama Himpoenan Soedara yang didirikan oleh 10 saudagar pasar baru, diera 1975 menjadi perusahaan Badan Hukum dengan nama PT Bank Tabungan Himpunan Saudara 1906 dan tidak lama dari bergabungnya Medco Group menjadi pemegang saham pengendali, Bank Saudara pada tahun 2009 melakukan Penawaran Umum Terbatas-I (PUT-I) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sejumlah 750.000.000 (Tujuh ratus lima puluh juta) saham, dengan nilai nominal Rp. 100 (Seratus rupiah)

Bank Saudara pada tahun 2011 menerbitkan Obligasi Bank Saudara Dalam rangka mengembangkan pasar kredit di Indonesia, dan menerbitkan Obligasi Bank Saudara senilai Rp 250 miliar yang listing di Bursa Efek Indonesia. PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk, telah memperoleh persetujuan dari Bank Indonesia melalui surat tertanggal 30 Desember 2013 terkait pembelian 33% (tiga puluh tiga persen) saham Bank Saudara oleh Woori Bank Korea.

Pada tanggal 28 Januari 2014, terjadi perubahan susunan pemegang saham Bank Saudara yang diakibatkan penjualan 764.403.090 lembar saham atau setara dengan 33% saham Bank Saudara. Penggabungan Usaha (Merger) PT Bank Woori Indonesia ke dalam PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk ("Perseroan") dan telah berlaku efektif sejak tanggal 30 Desember 2014.

Diakibatkan adanya penggabungan dari 2 perusahaan perbankan, adanya perubahan nama dari PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk (Bank Saudara) menjadi PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk (Bank Woori

Saudara). Simbol Bank Woori Saudara Indonesia yang digambarkan dengan fajar menyingsing, dapat diartikan sebagai terobosan dan Harapan. Sama halnya seperti sebuah janji untuk menjadi seorang pemimpin baru yang membuka cara pandang dan wawasan baru terhadap sektor ekonomi Indonesia.

1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut merupakan Visi dan Misi dari PT. Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk:

1. Visi

Menjadi 20 Bank Terbesar di Indonesia

Misi

- a. *Performance Oriented* : Mengutamakan kinerja yang baik
 - b. *Synergy* : Bersinergi untuk mencapai tujuan perusahaan
- #### **2. Budaya Kerja Perusahaan**
- a. *Customer Oriented* : Mengutamakan Nasabah
 - b. *Excellence* : Pelayanan Yang Terbaik Untuk Stakeholder
 - c. *Professional* ; Kompeten Dan Bertanggung Jawab
 - d. *Accountability* : Tata Kelola Perusahaan Yang Baik
 - e. *Trust* : Bank Yang Terpercaya
- #### **3. Slogan Perusahaan**
- Dengan Profesionalisme yang Tinggi Menjadikan Bank yang Sehat dan Kuat

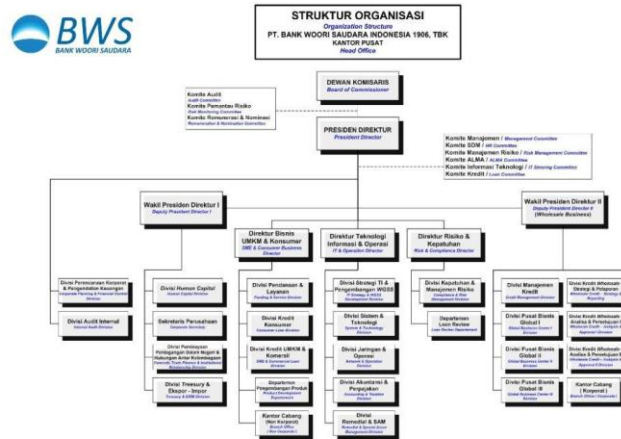
1.1.2 Jenis Produk/Program

1. Jenis Produk yang di tawarkan di Bank Woori Saudara (BWS) yaitu
 - a. Produk Simpanan
 - b. Tabungan
 - c. Tabungan Woori Saudara Berjangka (TASKA)
 - d. Deposito

- e. Deposito Retail
2. Produk Kredit
- a. Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
 - b. Kredit Pegawai (KUPEG)
 - 1) Kredit Pekerja (KUJA)
 - 2) KUPEN Saudara
 - 3) Kredit Waralaba
 - 4) KUPEN Hybrid
 - 5) Kredit Tunjangan Hari Tua (THT)
 - 6) Kredit Pemilikan Harian (KPH)
3. Program Yang ditawarkan di Bank Woori Saudara (BWS) yaitu:
- a. BWS Internet Banking
 - b. ATM Woori Saudara (Member ATM bersama dan Prima)
 - c. Pembayaran telepon Telkom
 - d. Mediasi Perbankan
 - e. Bancassurance
 - f. Western Union
 - g. International Banking
 - h. Program Anti pencucian uang dan pencegahan pendanaan terorisme
 - i. Woori Saudara Call
 - j. Pembayaran kartu Credit

1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk:



GAMBAR 1.1

Struktur Organisasi PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk [1]

Sumber: dokumen BWS, 2017

1.1.4 Logo Bank Woori Saudara (BWS)



GAMBAR 1.2

Logo Bank Woori Saudara (BWS)

PT Bank Woori Saudara 1906, Tbk [1]

Sumber: dokumen BWS, 2017

1.2 Latar Belakang Penelitian

Peranan perbankan dalam perekonomian rakyat sangat penting untuk memudahkan dan melancarkan berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Selain turut serta dalam usaha menstabilkan keadaan perekonomian di Indonesia, perbankan di tiap daerah juga turut mendukung dan menciptakan iklim yang kondusif bagi usaha-usaha yang ada di wilayah tersebut. Dengan menyediakan berbagai layanan jasa perbankan, bank turut aktif memperlancar berbagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dan instansi, bahkan usaha-usaha kecil menengah yang secara tidak langsung dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Berdasarkan pasal 1 Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang – Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Bank didefinisikan sebagai berikut: Bank adalah badan usaha yang menghimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dengan berbagai fungsi bank seperti mengelola peredaran uang di masyarakat, menyediakan kredit, jasa transfer, dan lain-lain, maka masyarakat sangat terbantu dalam bidang financial sehingga masyarakat dapat memanfaatkan dana yang dimiliki dan dengan mudah dapat mencari dana dengan memanfaatkan kredit yang ditawarkan oleh bank untuk memperluas dan memajukan usahanya.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengungkapkan pada tahun 2017 terdapat 106 bank yang sudah resmi terdaftar di web OJK.CO.ID dan diawasi secara langsung oleh OJK yang terbagi kedalam 3 (tiga kategori), diantaranya:

1. Bank Umum Persero, terdiri dari 4 bank konvesional
2. Bank Umum Swasta Nasional, terdiri dari 75 bank konvesional
3. Bank Pembangunan Daerah, terdiri dari 27 bank daerah

Secara spesifik jumlah bank yang terdapat di Kota Bandung diantaranya:

1. Bank Umum Persero, terdiri dari 4 bank konvesional
2. Bank Umum Swasta Nasional, terdiri dari 38 bank konvesional

3. Bank Pembangunan Daerah, terdiri dari 3 bank daerah

Persaingan antar bank bisa terjadi karena perebutan sumber daya yang produktif. Maka dari itu kami memilih Bank Woori Saudara yang terdaftar sebagai bank konvensional Bank Umum Swasta Nasional di Indonesia juga Bank Internasional Bank Woori Saudara telah berdiri pada tahun 1906, Bank Saudara adalah salah satu bank yang telah berhasil lolos dari masa krisis moneter pada tahun 1998, dan pada tahun 2013 Bank Saudara Merger bersama perusahaan perbankan Korea, yaitu Bank Woori, dan berubah nama menjadi Bank Woori Saudara sampai saat ini.

Adapun produk yang biasanya ditawarkan oleh bank yang telah dilegalkan oleh ojk, diantaranya: deposito, tabungan, dan penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan. Dalam hal ini penulis mencoba memfokuskan penelitian pada produk tabungan terutama tabungan berjangka, tabungan berjangka adalah sebuah produk tabungan dari bank, di mana nasabah menyetorkan sejumlah dana yang jumlahnya tetap tiap bulan, selama periode yang sudah ditetapkan. Adapun kelebihan dan kelemahan tabungan berjangka, yaitu:

1. Kelebihan tabungan berjangka

- a. Keamanan Terjamin
- b. Resiko yang Rendah
- c. Pendapatan per Tenor

Pendapatan per tenor merupakan keuntungan deposito selanjutnya. Di mana Anda memang cukup kesulitan mengambil uang jika waktunya tidak pas. Namun, keuntungan bisa diambil dengan cara menyetor kembali atau mentransfer ke rekening.

2. Kelemahan tabungan berjangka

- a. Anda Tidak Terlibat
- b. Tergerus Inflasi
- c. Keuntungan Cukup Rendah

Jika dilihat dari segi kelemahan dan kelebihan tabungan berjangka yang dikeluarkan OJK, semua bank konvensional yang menawarkan produk yang sama memiliki landasan yang sama, itu artinya kelemahan dan kelebihannyapun akan serupa. Maka dari itu, agar lebih spesifik dan dapat dibedakan penulis mencoba menggunakan salahsatu bauran promosi yaitu *personal selling* sales Bank Woori Saudara dalam menawarkan produk tabungan berjangka, seperti:

1. Memilih dan menilai prospek

Langkah pertama adalah mengidentifikasi pelanggan yang potensial yang berkualitas. dengan tujuan sales Bank Woori Saudara dapat memilih terlebih dahulu calon nasabah potensial sebelum memberikan penjelasan mengenai produk yang ingin ditawarkan

2. Prapendekatan

Sebelum mengunjungi calon pelanggan, tenaga penjual harus belajar banyak tentang pelanggan yang prospektif sebelum melakukan kunjungan penjualan. Hal ini bertujuan agar Sales dapat mendekati calon nasabah dari segi psikologis dengan mencari tahu hal-hal yang menjadi kebiasaan atau informasi yang bisa menarik perhatian nasabah sehingga sales lebih mudah menjelaskan maksud yang akan dituju

3. Pendekatan

Tenaga penjual juga harus mengetahui cara bertemu dan memberi salam kepada pembeli dan memulai hubungan dengan baik. Langkah ini memerlukan penampilan tenaga penjual yang baik, kalimat pembuka, dan catatan untuk tindak lanjut.

4. Presentasi dan Demonstrasi

Selama langkah presentasi dalam proses penjualan, tenaga penjual menceritakan tentang kisah produk kepada calon pembeli, menyajikan manfaat produk bagi pelanggan dan memperlihatkan bagaimana produk itu menyelesaikan masalah pelanggan.

5. Mengatasi Keberatan

Pelanggan hampir selalu mengajukan keberatan selama presentasi atau ketika diminta menempatkan pesanan. Dalam mengatasi keberatan, tenaga penjual harus menggunakan pendekatan positif, mencari keberatan tersembunyi, meminta pembeli mengklarifikasi semua keberatan, menganggap keberatan sebagai kesempatan untuk menyediakan lebih banyak informasi dan mengubah keberatan menjadi alasan membeli.

6. Penutupan

Setelah mengatasi keberatan calon pelanggan, kemudian tenaga penjual menutup penjualan. Tenaga penjual bisa menggunakan teknik penutupan.

7. Tindak Lanjut

Langkah terakhir dalam proses penjualan adalah tindak lanjut kepada pelanggan jika ingin memastikan kepuasan pelanggan dan mengulangi bisnis. Setelah menutup penjualan, tenaga penjual harus melengkapi berbagai detail tentang waktu pengiriman, persyaratan pembelian, tenaga harus melengkapi berbagai detail tentang waktu pengiriman, persyaratan pembelian dan masalah lain.

Dari tahapan *Personal Selling* diatas, diharapkan dapat menarik minat beli calon nasabah Bank Woori Saudara terhadap tabungan berjangka yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan pembelian tabungan berjangka sesuai dengan yang telah ditargetkan. Strategi pemasaran bank menjadi salah satu faktor kesuksesan dari bank, baik secara brand dan benefit yang didapat. Perusahaan perbankan dituntut dapat berinovasi dalam bidang pemasaran, untuk dapat bersaing pada persaingan pasar saat ini. Dengan perkembangan zaman dan era digitalisasi yang terus maju, menjadikan salah satu opsi perusahaan perbankan dalam merauk keuntungan, tetapi lebih dari itu perusahaan juga tetap harus mempertahankan kualitas pemasarannya.

Dari yang telah diuraikan secara keseluruhan, peneliti merasa tertarik untuk mengambil objek Bank Woori Saudara dari produk tabungan berjangka yang ditawarkan, sehingga penulis mengambil penelitian dengan judul “Pengaruh

Personal Selling terhadap Minat Beli Tabungan Berjangka (Studi Kasus Bank Woori Saudara Bandung)”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap personal selling yang dilakukan Bank Woori Saudara Bandung?
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap minat beli di Bank Woori Saudara Bandung?
3. Bagaimana pengaruh personal selling terhadap minat beli di Bank Woori Saudara Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, yaitu:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap personal selling yang dilakukan Bank Woori Saudara Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap minat beli di Bank Woori Saudara Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh personal selling terhadap minat beli di Bank Woori Saudara Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan penelitian ini dari aspek akademis adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Meningkatkan pemahaman mengenai analisa promosi melalui personal selling, meningkatkan wawasan ilmu pemasaran, dan juga diharapkan agar bisa memberikan pemahaman terhadap penulis dari ilmu yang telah didapat dari bangku perkuliahan.

2. Bagi peneliti lain

Hasil peneitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk menyusun suatu penelitian dalam bidang pemasaran.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai analisa promosi personal selling terhadap minat beli, dan membantu perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran dimasa yang akan datang, untuk dapat bersaing di persaingan pasar.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari susunan lima bab, tahapannya yaitu sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

2. BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

3. BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode penelitian, jenis penelitian, variabel operasional, skala pengukuran, populasi dan sample, dan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk

mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan diuraikan secara jelas tentang pengolahan data, hasil analisis dan pembahasannya dalam penelitian ini.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini disertai dengan rekomendasi dan saran-saran bagi perusahaan.