

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Gambaran Umum BNI

PT Bank Negara Indonesia Tbk, yang sudah populer dengan sebutan bank BNI adalah bank umum milik pemerintah yang telah *go public* per September 1996 dengan status Perseroan Terbatas. Bank yang didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 mempunyai produk yang ditawarkan. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh bank BNI adalah sebagai berikut:

a. Penyaluran Kredit

Produk kredit yang dihasilkan oleh bank BNI yaitu: BNI Fleksi, BNI Cerdas, BNI Griya dan BNI Multiguna.

b. Penyedia Jasa-Jasa Perbankan

Produk jasa-jasa yang dihasilkan bank BNI, yaitu kiriman uang, kiriman uang luar negeri, tabungan haji, uang kertas asing ekspor, impor, cek multiguna, kliring antar bank, inkaso dan RTGS.

c. Kelompok Pelayanan

Produk layanan dapat dihasilkan bank BNI yaitu: *phone plus*, layanan prima, ATM BNI, BNI Informasi, pembayaran listrik, telepon dan pajak serta BNI *mobile*.

Selain produk-produk yang telah disebutkan diatas ada pula produk dana yang ditawarkan oleh bank BNI, yaitu: BNI Giro, *Deposito on Call* (DOC), BNI Deposito, Sertiplus, BNI Taplus, BNI Taplus Utama, BNI Taplus Muda, TabunganKu BNI, BNI Tapenas, BNI Haji, BNI TKI, Simponi-DPLK BNI, BNI Kiriman Uang, BNI Transfer, BNI Duo, BNI Dolar.

Berdasarkan *annual report* BNI 2010, saat ini BNI memiliki jaringan distribusi terluas di Indonesia dengan lebih dari 1150 kantor cabang (termasuk kantor

cabang luar negeri), dan lebih dari 5000 unit ATM milik sendiri, serta fasilitas *Internet Banking* dan *SMS Banking*.

1.1.2 Taplus Muda

Taplus Muda merupakan produk simpanan dalam bentuk tabungan yang merupakan turunan dari BNI Taplus (Tabungan Plus). BNI meluncurkan Taplus Muda pada saat ulangtahun ke-66 pada tanggal 5 Juli 2012. Taplus Muda diperuntukkan bagi kaum muda dengan usia mulai dari 15 sampai dengan 25 tahun guna menumbuhkan budaya menabung, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya anak muda, pelajar dan mahasiswa. Persyaratan untuk menjadi nasabah Taplus Muda cukup mudah. Syarat pembukaan rekening pada Taplus Muda ada dua jenis, pertama untuk usia nasabah 15 sampai dengan kurang dari 17 tahun, belum menikah & belum memiliki bukti identitas diri hanya dengan mengisi formulir pembukaan yang turut ditandatangani orangtua/wali, menyerahkan *fotocopy* identitas diri yang masih berlaku (Akte Kelahiran / Kartu Pelajar / Paspor), melampirkan *fotocopy* bukti identitas diri salah satu orang tua / wali, mengisi formulir *e-Statement* (jika diperlukan sebagai sarana mutasi) dan memberikan setoran awal sebesar Rp 100.000. Kedua, nasabah yang sudah memiliki bukti identitas diri (KTP/SIM/Paspor) di usia 17 sampai dengan 25 tahun atau 15 sampai dengan 17 tahun telah menikah dengan mengisi formulir pembukaan rekening, membawa asli bukti identitas diri dan melampirkan *fotocopy*, mengisi formulir data pemberi dana jika pekerjaan nasabah adalah mahasiswa atau pelajar atau ibu rumah tangga, mengisi formulir *e-Statement* jika diperlukan sebagai sarana mutasi), mengisi formulir layanan notifikasi (jika diperlukan) dan memberikan setoran awal sebesar Rp 100.000,-.

Produk Taplus Muda memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah mendapatkan tabungan dengan biaya administrasi setiap bulannya sebesar Rp 5.000. Perhitungan bunga Taplus Muda adalah :

- 1) Jika saldo sampai dengan Rp 1.000.000, maka bunga yang diberikan sebesar 0%
- 2) Jika saldo di atas Rp 1.000.000 – 10.000.000, maka bunga yang diberikan sebesar 0,5%
- 3) Jika saldo di atas Rp 10.000.000 – 50.000.000, maka bunga yang diberikan sebesar 0,75%
- 4) Jika saldo di atas Rp 50.000.000 – 100.000.000, maka bunga yang diberikan sebesar 1,00%
- 5) Jika saldo di atas Rp 100.000.000 maka bunga yang diberikan sebesar 1,25%

b. Nasabah BNI Taplus Muda dapat mengakses beberapa fasilitas dibawah ini :

- 1) *E-Banking* : fasilitas transaksi perbankan elektronik yang terdiri dari BNI ATM, BNI *Internet Banking*, BNI *SMS Banking*, BNI *Phone Banking*
- 2) BNI CDM (*Cash Deposit Machine*) : Layanan transaksi 24 jam melalui mesin CDM untuk melakukan setoran tunai.
- 3) BNI *Cashless* (ATM Non Tunai) : Layanan transaksi 24 jam melalui sarana mesin ATM untuk melakukan transaksi non tunai.
- 4) Layanan Notifikasi transaksi via SMS

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan pemerintah dalam melakukan pembangunan tidak terlepas dari keberhasilan kinerja dunia perbankan sebagai institusi penunjang yang diberi tanggungjawab oleh pemerintah untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (surplus dana) dan disalurkan kepada dunia usaha/masyarakat yang kekurangan dana (defisit dana). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan dunia perbankan sangat bergantung pada keberhasilannya menghimpun dan masyarakat,

sehingga perlu dijamin kepastian keamanannya dan sebagai konsekuensinya menjadikan industri ini paling banyak diatur oleh pemerintah.

Dalam rangka mengupayakan kesinambungan dan pertumbuhan ekonomi, pemerintah menetapkan serangkaian kebijakan bidang moneter dan perbankan. Kebijakan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan pengaliran dana masyarakat. Persaingan dalam dunia perbankan menjadi pusat perhatian dari berbagai kalangan, karena terdapatnya unsur-unsur kepedulian dan upaya-upaya yang dilakukan dalam membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Melihat kondisi tersebut, seluruh institusi perbankan termasuk juga BNI berlomba-lomba dan bersaing memasarkan produk tabungan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya di kalangan anak muda. Bank Negara Indonesia sebagai salah satu bank pemerintah memasarkan juga produk tabungan BNI TAPLUS MUDA yang dilayani di seluruh Kantor Cabang BNI termasuk didalamnya Kantor Cabang BNI Fatmawati Kantor Layanan UPN.

Taplus Muda adalah produk simpanan dalam bentuk tabungan yang merupakan turunan dari BNI Taplus yang diluncurkan pada tanggal 5 Juli 2012 dan diperuntukkan bagi kaum muda dengan usia mulai dari 15 tahun sampai dengan 25 tahun. Sebagai produk dengan persyaratan mudah dan ringan, BNI Taplus Muda merupakan produk tabungan yang cukup potensial bagi perbankan, terlebih karena masih banyak masyarakat Indonesia khususnya kaum muda yang belum memiliki rekening tabungan di bank. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengakui jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan produk lembaga keuangan masih rendah. Dari 240 juta penduduk, sebanyak 50% yang menggunakan produk dan layanan. Dan tingkat literasi atau pemahaman produk dan keuangan hanya 21%. Sehingga masih sedikit sekali penduduk Indonesia yang menggunakan dan memiliki pengetahuan pada lembaga keuangan. Sementara, Direktur Informasi dan Pendidikan OJK, Agus Sugiharto mengungkapkan target dari OJK setiap tahun naik 2% untuk paham atau melek keuangan. (<http://finance.detik.com/>)(4 Februari 2014).

Sejak diluncurkan, jumlah nasabah BNI Taplus Muda terus mengalami peningkatan. Upaya untuk menularkan gemar menabung terhadap anak muda terus dilakukan PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI). Tak tanggung-tanggung, BNI berharap tahun ini ada lonjakan hingga 230% terhadap tabungan di Taplus Muda yang ditawarkannya. Sedangkan menurut Purnomo B. Soetiadi *Executive Vice President Customer Management & Marketing* BNI jumlah nasabah produk Taplus Muda per akhir tahun 2012 mencapai 100.000 rekening dengan saldo rata-rata per orang Rp 1.500.000 (<http://www.infobanknews.com/>). Jumlah ini kemudian meningkat menjadi 150.000 rekening dengan nilai saldo yang dihimpun Rp 225 miliar per akhir April 2013 (<http://kabarbisnis.com/>). Namun sayangnya peningkatan jumlah nasabah Taplus Muda belum sesuai dengan target BNI.

BNI cabang Fatmawati KLN UPN merupakan salah satu bank yang aktif memasarkan produk Taplus Muda. Sejak diluncurkan Taplus Muda pada 5 Juli 2012, jumlah nasabah BNI Taplus Muda terus mengalami peningkatan. Hingga akhir tahun 2012, jumlah nasabah BNI Taplus Muda sebanyak 193 rekening. Jumlah ini meningkat menjadi 429 rekening per 31 Desember 2013. Peningkatan jumlah nasabah Taplus Muda ini masih belum sesuai dengan target KLN UPN untuk BNI Taplus Muda pada akhir tahun 2013 sebanyak 700 rekening. Banyak faktor yang menyebabkan hal ini terjadi diantaranya adalah sebagai berikut: *Pertama*, kurangnya kesadaran menabung. *Kedua*, rata-rata mahasiswa UPN belum bekerja sehingga masih dibiayai oleh orangtua. *Ketiga*, ketidaktahuan mahasiswa tentang produk BNI Taplus Muda yang bisa dimanfaatkan untuk transaksi pembayaran kuliah dan sebagai kartu debit serta transaksi-transaksi lain yang dapat digunakan oleh produk tersebut. (*sumber: wawancara internal perusahaan*)

Untuk dapat memenangkan persaingan khususnya dalam hal pemasaran, diperlukan suatu bauran pemasaran yang harus dilakukan dengan tepat sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller dalam bukunya *Marketing Management* (2012;:47),

mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran perusahaan menggunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Pengertian bauran pemasaran adalah kombinasi dari kegiatan-kegiatan atau pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode waktu tertentu kepada pasar tertentu.

Sementara itu, pemasaran yang telah dilakukan BNI KLN UPN adalah sebagai berikut: *Pertama*, mendatangi dan mengumpulkan mahasiswa pada saat orientasi mahasiswa baru oleh *sales hunter*, dimana saat itu sales BNI KLN UPN menjelaskan mengenai produk BNI Taplus Muda baik manfaat dan kelebihan tersebut. *Kedua*, peran serta petugas *teller* KLN UPN pada saat menerima pembayaran, baik pembayaran mahasiswa baru maupun biaya semester dengan menawarkan dan menjelaskan mengenai BNI Taplus Muda kepada mahasiswa-mahasiswa yang belum memiliki rekening tersebut. *Ketiga*, memberikan promosi bagi nasabah BNI Taplus Muda yang baru maupun yang sudah berjalan. (*sumber: wawancara internal perusahaan*)

Diketahui bahwa target BNI KLN UPN sebesar 700 rekening Taplus Muda dan fenomena yang terjadi pada perusahaan BNI Cabang UPN Fatmawati belum mencapai target yang diinginkan dan segala upaya pemasaran belum dilakukan secara maksimal. Sehingga penulis ingin membantu dan melihat sejauh mana pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan oleh BNI dalam upaya menawarkan produk Taplus Muda kepada masyarakat khususnya anak muda, membawa penulis untuk menetapkan judul penelitian kali ini yakni, **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PRODUK TAPLUS MUDA (STUDI PADA BNI CABANG FATMAWATI KLN UPN)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis menurunkan permasalahan kali ini dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana *product* yang dilakukan oleh BNI?
2. Bagaimana *price* yang dilakukan oleh BNI?
3. Bagaimana *promotion* yang dilakukan oleh BNI?
4. Bagaimana *place* yang dilakukan oleh BNI?
5. Bagaimana *people* yang dilakukan oleh BNI?
6. Bagaimana *process* yang dilakukan oleh BNI?
7. Bagaimana *physical evidence* yang dilakukan oleh BNI?
8. Bagaimana keputusan menabung nasabah Taplus Muda di BNI Cabang Fatmawati KLN UPN?
9. Bagaimana pengaruh *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence* secara parsial terhadap keputusan menabung nasabah Taplus Muda di BNI Cabang Fatmawati KLN UPN?
10. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan oleh BNI terhadap keputusan menabung pada produk Taplus Muda?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan pokok diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *product* yang dilakukan oleh BNI.
2. Untuk mengetahui *price* yang dilakukan oleh BNI.
3. Untuk mengetahui *promotion* yang dilakukan oleh BNI.
4. Untuk mengetahui *place* yang dilakukan oleh BNI.
5. Untuk mengetahui *people* yang dilakukan oleh BNI.
6. Untuk mengetahui *process* yang dilakukan oleh BNI.
7. Untuk mengetahui *physical evidence* yang dilakukan oleh BNI.

8. Untuk mengetahui keputusan menabung yang dilakukan oleh nasabah Taplus Muda di BNI Cabang Fatmawati KLN UPN.
9. Untuk mengetahui pengaruh *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence* secara parsial terhadap keputusan menabung nasabah Taplus Muda di BNI Cabang Fatmawati KLN UPN.
10. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh BNI terhadap keputusan menabung pada produk Taplus Muda.

1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan yang akan diambil dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis (Keilmuan)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi studi ilmiah tentang “pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menabung pada produk BNI Taplus Muda”.

2. Aspek Praktis (Guna Laksana)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi BNI agar dapat mengetahui strategi bauran pemasaran jasa dan sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan menabung pada produk Taplus Muda. Dengan begitu akan membantu dalam pencapaian target yang telah ditetapkan oleh BNI.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah pembahasan, penulisan skripsi ini disusun secara sistematika kedalam lima bab, yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini terbagi menjadi beberapa sub bab yang berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bagian ini menguraikan tentang tinjauan pustaka penelitian kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian yang menelaah tentang konsep-konsep terkait strategi bauran pemasaran.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, yang meliputi uraian tentang: jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan masyarakat khususnya pelajar atau mahasiswa menggunakan produk BNI Taplus Muda disertai bagan-bagan yang mempermudah pemahaman pembaca.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.