



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

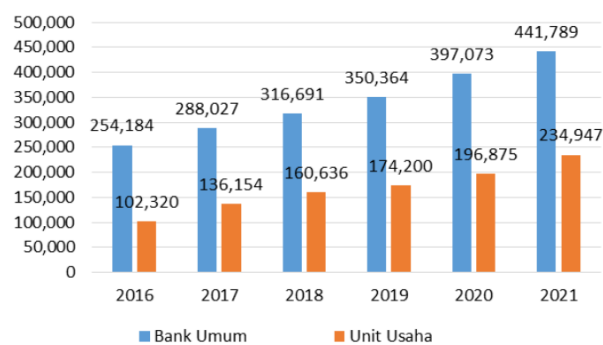
Pertumbuhan ekonomi sebuah negara memerlukan pola pengaturan sumber daya yang tersedia secara terpadu dan terarah, maka hasil yang maksimal dapat diperoleh atau dipergunakan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga ekonomi haruslah menjalankan pola itu dengan serentak supaya tujuan pembangunan ekonomi yang dikehendaki bisa terwujud ataupun selaras dengan rencana pembangunan nasional. Lembaga keuangan, terkhusus perbankan memiliki peranan utama untuk menjalankan roda ekonomi sebuah negara. Bank memiliki peran dan fungsi penting dalam perekonomian nasional ditinjau berdasarkan keadaan masyarakat saat ini, sangat jarang seseorang yang tidak mengenal maupun tidak memiliki hubungan dengan bank. Hampir seluruh individu berhubungan dengan lembaga keuangan. Awalnya aktivitas perbankan diawali dengan jasa penukar uang, maka berdasarkan sejarah perbankan arti bank disebut dengan meja tempat menukar uang, yang mana aktivitas penukaran uang itu saat ini dinamakan dengan pedagang valuta asing.

Berdasarkan perkembangan berikutnya aktivitas perbankan kembali sebagai tempat penitipan uang, sekarang disebut dengan aktivitas simpanan (tabungan). Aktivitas perbankan mengalami pertambahan kembali yaitu menjadi tempat meminjam uang. Pada usaha menarik minat konsumen guna menabung dalam bank dilaksanakan beberapa langkah. Misalnya yaitu menetapkan suku bunga bank. Tingkat suku bunga yang ditentukan bank akan memberikan dampak pada perilaku



nasabah bank. Bunga yang diberikan bank pada nasabah adalah daya tarik untuk masyarakat guna menyimpan uangnya dalam bank konvensional. Disamping tingkat suku bunga yang ditentukan bank, adanya faktor lain yang haruslah diperhatikan bank agar bisa menarik minat nasabah adalah usaha bank dalam memasarkan produk yakni promosi.

Aktivitas promosi yang dilaksanakan bank sebagai sarana dalam memperkenalkan produk yang dipunya bank pada nasabah maka nasabah memahami lebih mendalam beberapa produk yang ditawarkan bank. Penetapan pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang dilaksanakan dengan terpadu. Berarti aktivitas ini dilaksanakan dengan serentak diantara beberapa elemen yang tersedia didalam marketing mix tersebut. Semua elemen tidak bisa berjalan sendiri jika tidak adanya dukungan melalui elemen lainnya. Pemakaian strategi pemasaran di dunia perbankan dilaksanakan secara mempergunakan beberapa konsep yang selaras dengan kebutuhan bank. Berdasarkan praktik, konsep bauran pemasaran mencakup bauran pemasaran bagi produk yang berbentuk jasa dan barang. Terkhusus bagi produk dengan bentuk jasa dibutuhkan konsep yang berbeda sedikit dengan produk barang.



Sumber: Statistik Perbankan Syariah, OJK (2022)

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Perbankan



Dari data tersebut kita bisa melihat, perkembangan perbankan dari berbagai jenis bank berbeda. Bank BTN yang tergolong pada bank konvensional masih terlihat kalau masih biasa saja pertumbuhannya. Namun demikian, perbaikan harus terus menerus menjadi perhatian. Tidak hanya dari sisi kuantitas nilai kredit yang harus ditingkatkan, namun dari sisi kualitas pun perlu diperhatikan. Karena harus diakui, dari seluruh bank yang menyalurkan kredit, tidak semuanya memiliki pengalaman dan kompetensi yang memadai. Ada beberapa bank selama ini hanya fokus kepada pengembangan jumlah nasabah.

Strategi pemasaran merupakan tindakan rencana yang dirancang untuk memberikan pengaruh pada pertukaran untuk mewujudkan sasaran perusahaan dalam kondisi persaingan atau lingkungan yang senantiasa mengalami perubahan. Strategi pemasaran, terkhusus yang diterapkan maupun dikembangkan oleh perusahaan yang berhasil, berkekuatan besar pada konsumendan masyarakat luas (Setiadi, 2003). Untuk membuat strategi pemasaran, perusahaan haruslah melakukan penyesuaian dengan keinginan maupun kebutuhan konsumen, atau dapat mengubah suatu hal yang dirasakan dan dipikirkan konsumen. Dalam hal ini, bank BTN merasa mengalami kalah saing dengan bank konvensional lainnya yang memiliki produk menarik untuk para nasabahnya. Sehingga bank BTN melakukan gagasan baru untuk membuat strategi guna menarik nasabah dari berbagai kalangan latar belakang ekonomi, salah satunya yaitu tabungan anak atau di dalam bank BTN dinamakan dengan BTN Junior.

BTN Junior digagaskan karena kesadaran menabung sekarang mulai ditanamkan pada anak. Dibuktikan dengan terdapatnya sejumlah perusahaan



perbankan yang menerbitkan produk consumer banking berbentuk tabungan bagi anak-anak dengan rentangan usia nol sampai dua belas tahun. Tabungan BTN Junior merupakan tabungan yang diarahkan khusus segmen anak berusia 0-17 tahun untuk tabungan edukasi anak dalam memulai investasi untuk pendidikan dan belajar menabung. Dengan perbedaan rentan usia pengguna BTN Junior, diharapkan mampu menarik lebih banyak nasabah yang mau untuk menabung di bank BTN.

Seperti yang telah dijelaskan diatas Bank BTN Cabang Surabaya tidak hanya menggunakan strategi pemasaran namun menggunakan strategi consumer learning guna meningkatkan jumlah nasabah, khususnya jumlah nasabah tabungan junior. Adapun strategi yang telah dilakukan oleh bank BTN Surabaya seperti melakukan berbagai event di seluruh sekolah di sekitar surabaya. Salah satunya seperti sosialisasi yang dilakukan di sekolah dengan mengikutsertakan para wali murid dan para guru sehingga para staf dengan mudah memberi edukasi tentang produk tabungan BTN Junior. Himbauan ini idealnya dapat tersampaikan hingga ke seluruh kalangan masyarakat Indonesia. Tetapi di lapangan tetap membutuhkan peran serta dari pihak-pihak yang berkonsentrasi mengenai edukasi perbankan, seperti sekolah , komunitas atau kelompok-kelompok masyarakat, para influencer dan lain sebagainya. Lingkaran ini membantu menunjukkan bagaimana para staff dan calon nasabah melakukan pembelajaran konsumen, hingga masing-masing dari calon nasabah mau bergabung menjadi nasabah setia di BTN Cabang Surabaya.

Penelitian yang berkaitan dengan pembelajaran konsumen juga pernah dilakukan oleh fabriane rahma (2018) tentang strategi pemasaran dalam



meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BTN Cabang Surabaya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menangkap fenomena digitalisasi pada serangkaian proses pembelajaran dan pertukaran informasi yang dilalui oleh konsumen, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pegawai Bank BTN. Sehingga penelitian ini berusaha menggali kebaruan seiring dengan berkembangnya studi-studi tentang perilaku konsumen. Oleh karenanya pembahasan ini akan dibatasi terhadap beberapa permasalahan yakni bagaimanakah strategi pemasaran dengan menyeluruh, program pemasaran yang hendak dilaksanakan pada masa mendatang, strategi consumer learning khusus tabungan junior, kendala ketika memasarkan, bagaimanakah cara Bank BTN menangani kendala itu. Sementara itu tujuan yang akan diwujudkan pada penelitian yakni mengetahui penerapan strategi consumer learning dengan menyeluruh pada Bank BTN KC Surabaya khususnya untuk menaikkan jumlah nasabah btn junior, target pasar, pendekatan yang dipergunakan, guna memahami program pemasaran yang hendak dilakuksanakan, memahami apa sajakah kendala yang dihadapi pada proses pemasaran, serta cara Bank BTN menangani kendala tersebut.

Dengan semakin ketatnya persaingan perbankan di Era Globalisasi ini, maka PT Bank BTN KC Surabaya perlu meningkatkan Strategi consumer learning agar mampu bersaing dengan bank-bank lainnya. Karena apabila bank BTN tidak meningkatkan Strategi consumer learning tersebut maka nasabah akan bergeser ke bank lain yang bank lain yang memiliki Strategi consumer learning lebih baik dan mampu menarik nasabah-nasabah yang dimiliki bank BTN.



Berlandaskan penguraian latar belakang tersebut, maka penulis terdorong melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Consumer Learning Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BTN Junior Pada PT. Bank BTN Cabang Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi consumer learning yang digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan junior pada Bank BTN Cabang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi consumer learning yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan junior pada Bank BTN Cabang Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis, sebagaimana berikut:

1. Secara Teoritis

Pengambilan penelitian diharap dapat memberi ilmu pengetahuan, sumber informasi, sumber rujukan pada mahasiswa yang berhubungan dengan strategi consumer learning agar menarik minat nasabah membuka tabungan junior di Bank BTN Cabang Surabaya

2. Secara Praktis

- a. Untuk penyusun, bisa meningkatkan pengalaman, pengetahuan, wawasan yang lebih laus terkait strategi consumer learning menarik minat nasabah



membuka tabungan junior di Bank BTN Cabang Surabaya

- b. Untuk perusahaan, menjadi bahan pertimbangan guna mengambil keputusan terkhusus mengenai pengimplementasian keputusan terutama tentang penerapan strategi consumer learning.
- c. Untuk pihak yang lain, diharap penelitian sebagai masukan pengevaluasian untuk pihak yang terkait terkhusus untuk peneliti sendiri, maupun mahasiswa administrasi bisnis yang terkait dengan penelitian ini.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah pada penelitian tidak mengalami perluasan, penulis memberikan batasan penelitian serta berfokus kepada strategi consumer learning pada usaha meningkatkan produk tabungan junior di Bank BTN Cabang Surabaya. Strategi yang hendak diteliti pada penelitian ini merupakan strategi consumer learning.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah ringkasan melalui isi proposal ini, ialah penggambaran mengenai isi proposal skripsi dengan menyeluruh dan sistematika ini supaya bisa memudahkan penelitian, Penyusunan penyajian. Sistematika pembahasan pada penelitian yaitu:

BAB I : pendahuluan, meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : landasan teori, landasan teori meliputi teori yang berhubungan dengan penyelenggaraan penelitian, berisikan juga hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilaksanakan.



- BAB III : metodologi penelitian, menguraikan jenis penelitian, data beserta teknik perolehan, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, metode analisis data.
- BAB IV : hasil penelitian beserta pembahasan, berisikan deskripsi umum objek penelitian dan pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian di Bank BTN Cabang Surabaya.
- BAB V : kesimpulan, memuat kesimpulan beserta saran, yang mana peneliti akan memberikan kesimpulan terkait suatu hal yang sudah dijelaskan, lalu memberi saran yang sudah didapatkan berdasar penelitian.