

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
BIOGRAFI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah	4
1.3 Tujuan Tugas Akhir	4
1.4 Manfaat Tugas Akhir	4
1.5 Metode Penelitian.....	5
a. Observasi	6
b. Lokasi Penelitian	6
 BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	7
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	9
2.2.1 Visi	9
2.2.2 Misi	9
2.3 Sumber Daya Perusahaan.....	10
2.4 Bidang Usaha	11
2.5 Struktur Organisasi dan Job Description	11
2.5.1 Struktur Organisasi	11
2.5.2 Job Description	12
2.5.3 Produk Perusahaan	18
2.6 Kebijakan Perusahaan	22
 BAB III AKTIVITAS KERJA DAN PEMBAHASAN	
3.1 Uraian Aktivitas Kerja	24
3.2 Hambatan Bekerja dan Penanggulangannya	29

3.3	Landasan Teori	30
3.1.1	Peranan Strategi Pemasaran	30
3.1.2	Pengertian Strategi	31
3.1.3	Pengertian Pemasaran	32
3.1.4	Pengertian Strategi Pemasaran	33
3.1.5	Pengertian Nasabah	33
3.4	Pembahasan	34
3.4.1	Peranan Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk unit Sonder ...	34
3.4.2	Cara yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Unit Sonder ...	35
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		
4.1	Kesimpulan	37
4.2	Saran	38
DAFTAR PUSTAKA		

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Saat ini persaingan disegala bidang terutama dalam bidang industri semakin nyata dengan adanya pembangunan fisik yang turut mempengaruhi kehidupan sosial dan kebudayaan. Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan lembaga yang memberikan kontribusi dalam memperlancar pembangunan suatu bangsa. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dunia perbankan telah berhasil merubah cara pandang masyarakat yang semula hanya menyimpan uangnya dirumah menjadi masyarakat pemilik rekening bank pribadi. Perkembangan bank di Indonesia mengalami persaingan yang ketat, baik dalam bidang produk maupun jasa pelayanan sehingga masyarakat sudah melangkah lagi bukan hanya sekedar menabung tetapi sudah menjadi masyarakat investor. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut bank untuk menawarkan berbagai macam produk-produk sehingga mampu bersaing dengan bank-bank lainnya dalam memberikan kualitas pelayanannya kepada nasabah.

Dalam dunia perbankan saat ini dihadapkan pada suatu kondisi persaingan yang sangat ketat dalam memenuhi kebutuhan likuiditas bank. Jumlah bank yang semakin meningkat membuat bank harus merancang strategi pemasaran yang inovatif untuk mendapatkan simpati nasabah. Pemikiran strategi melalui kegiatan pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan dalam upaya menonjolkan kehadiran produk/jasa. Bank harus dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat serta dapat mempermudah mobilitas nasabah sehingga nasabah dapat mengambil keputusan untuk menjadi nasabah *Bank* tersebut. Strategi yang dilakukan oleh bank selalu bertujuan agar jumlah nasabah dapat terus meningkat. Peningkatan jumlah nasabah tersebut, merupakan bukti bahwa nasabah tersebut puas dengan produk/jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Selain kegiatan utamanya, bank yang juga menawarkan produk jasa dan pelayanan yaitu sebagai tempat meminjam bagi yang membutuhkan, asuransi jiwa, menukarkan uang, memindahkan uang, atau menerima segala bentuk pembayaran setoran dan pembayaran lainnya yang memudahkan masyarakat. Untuk itu, bank haruslah memperhatikan keinginan dan kebutuhan setiap nasabah serta berusaha untuk memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan berkaitan dengan produk-produk jasanya.

Ada berbagai macam permasalahan yang dihadapi dunia perbankan dalam menjalankan aktifitas utamanya maupun dalam menawarkan jasa dari produk-produknya. Selain pertimbangan mengenai tinggi rendahnya suku bunga dari setiap bank dalam memberikan modal pinjaman, ada juga permasalahan mengenai

ketersediaan produk yang ada dari setiap bank, karena tidak semua bank dapat memberikan produk-produk yang sama yang menjamin meningkatnya taraf hidup masyarakat. Ada juga permasalahan mengenai fasilitas umum yang ada dalam suatu gedung dari bank-bank tersebut, bahkan ada juga permasalahan yang timbul dikarenakan Sumber Daya Manusia (SDM) di perusahaan kurang berkompeten dalam pelayanan terhadap nasabah.

Peranan Strategi pemasaran dalam meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah sangatlah penting. Dengan peranan strategi pemasaran pada perusahaan akan mampu menjalin hubungan yang dekat dan baik dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Menurut *Perrult dan McCarthy (1999:8)*, Peranan Pemasaran dalam suatu perusahaan yang berorientasi pada pasar adalah menyediakan arah bagi perusahaan berdasarkan konsep pemasaran. Konsep pemasaran adalah merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka memuaskan kebutuhan satu atau beberapa konsumen sasaran dengan tingkat keuntungan.

Menurut *Philip Kotler (2004,81)*: Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Unit Sonder merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Sebagai lembaga keuangan.

Mengingat bahwa strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha, maka penerapan pemasaran harus dilakukan secara tepat, berdasarkan pemikiran diatas dan pentingnya strategi pemasaran, maka penulis mengambil judul **“PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk UNIT SONDER”**

1.2 Pokok Masalah

Adapun Pokok Masalah yang diangkat penulis dalam Tugas Akhir ini adalah: **“Bagaimana Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sonder?”**

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Untuk mengetahui tentang cara Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sonder.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat :

1.4.1 Bagi Peneliti

Diharapkan agar dapat menambah pengetahuan akan masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya dalam Strategi Pemasaran.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Memberikan saran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam pengembangan usaha selanjutnya terutama mengenai Strategi Pemasaran

1.4.3 Bagi Pembaca

Dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan informasi di bidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah Metode Deskriptif Analisis, yaitu metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data dengan meneliti masalah-masalah yang sedang terjadi pada saat ini, kemudian data tersebut dikumpulkan dan disusun, setelah itu diolah dan dianalisis. *SUGIYONO (2003:17)*

1.5.1 Laporan Kualitatif

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, Penulis melakukan bentuk penelitian yaitu :

Penelitian Lapangan (Field Research)

Yaitu suatu metode pengumpulan data dengan peninjauan langsung kepada objek penelitian dilapangan dalam hal ini **PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk UNIT SONDER**. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data relevan dengan tujuan penelitian secara nyata tepat.

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan Observasi :

a. Observasi

Yaitu mendapatkan data dari objek penelitian dengan cara mendatangi langsung ke tempat penelitian di **PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk UNIT SONDER** guna melihat bagaimana peran Strategi Pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Dalam menganalisis data-data yang telah ada. Penulis menggunakan Metode Analisis Deskriptif.

Metode Analisis Deskriptif

Dengan merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh, menyusun dan mengklasifikasikan serta menganalisis, dan menginterpretasikannya sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan perusahaan.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Unit Sonder Desa Tounelet I kecamatan Sonder.