

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PENGGUNA BNI TAPLUS BISNIS DI PT.BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA**



TUGAS AKHIR

**Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
pada Program DIII Keuangan dan Perbankan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun Oleh :

DENNY AYU WARDANY

F3612020

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2015

commit to user

ABSTRAK**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PENGGUNA BNI TAPLUS BISNIS DI PT.BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA****DENNY AYU WARDANY****F3612020**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan nasabah pengguna BNI Taplus Bisnis pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan oleh bank sebagai lembaga keuangan untuk memasarkan produk-produknya. Strategi pemasaran juga digunakan sebagai tolak ukur dalam menghimpun dana yang lebih besar. Metode yang digunakan untuk memperoleh data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Sedangkan metode yang digunakan untuk pembahasan adalah metode analisis Deskriptif dan SWOT. Penelitian Deskriptif adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan data dan bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar mengenai suatu obyek. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta antara lain: Advertising, Personal Selling RBT (Rejeki BNI Taplus), BLG (BNI Layanan Gerak), BNI Sponsor, BNI Payroll, dan BNI Go Green. Strategi pemasaran yang tepat (menurut staf pemasaran) adalah Personal Selling. Kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan BNI Taplus Bisnis antara lain: calon nasabah sudah menjadi nasabah bank lain, sudah merasa nyaman dengan menggunakan produk BNI tertentu, terbatasnya segmen untuk memasarkan produk BNI Taplus Bisnis.

Saran yang penulis berikan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut antara lain: mengoptimalkan strategi pemasaran BLG (BNI Layanan Gerak) dengan memberikan jadwal dan tempat yang pasti, memberikan motivasi kepada *sales* secara intensif, menjalin hubungan yang baik dengan para pelaku usaha dan menggunakan cara yang menarik dalam menjelaskan dan menawarkan produk.

Kata kunci: BNI, Strategi Pemasaran, BNI Taplus Bisnis

ABSTRACT**MARKETING STRATEGY TO INCREASE BNI TAPLUSBISNIS
CUSTOMER AT PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK
MAIN BRANCH SURAKARTA****DENNY AYUWARDANY****F3612020**

The purpose of this study is to examine the precise marketing strategy to increase BNI TaplusBisnis customer at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Main Branch Surakarta. Marketing strategy is very important for a bank as financial institution to promote its products. Marketing strategy also used as benchmark to gather more funds. Observation, interview, and literature study are used as methods in data collecting whereas description analysis method and SWOT analysis are used to analysis the data. Descriptive research will include data collecting that aim to get the right picture about an object and SWOT analysis will identify the factor that influence the object systematically to formulate the company strategy.

As marketing strategy, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Main Branch Surakarta used advertising, (Rejeki BNI Taplus) RBT personal selling, BNI LayananGerak (BLG), BNI Sponsorship, BNI Payroll, and BNI Go Green. This study found that personal selling is the best marketing strategy to promote BNI TaplusBisnis. The obstacles in promoting BNI TaplusBisnis were also found such as the BNI TaplusBisnis customer that was also being customer of another bank, the BNI TaplusBisniscustomer already feel comfortable with another BNI products, and the segmentation of BNI TaplusBisnisthat limited its own marketing strategy.

The suggestion has been made to cope with BNI TaplusBisnis's obstacles such as the optimalization of BNI TaplusBisnis marketing strategy by giving the certain schedule and place, giving motivation to sales division intensively, maintaining good relationship with stakeholders in elaborating and offering the product in attractive ways

Keywords: BNI, Marketing strategy, BNI TaplusBisnis

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir :

**"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PENGGUNA BNI TAPLUS BISNIS DI PT.BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA"**

Telah di setuju dan di terima oleh dosen pembimbing tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan dan Perbankan.

Surakarta, 15 Mei 2015

Diterima dan disetujui oleh
Pembimbing



Drs. Kresno Sarosa Pribadi, M.Si

NIP.19560118 198601 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :

**"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PENGGUNA BNI TAPLUS BISNIS DI PT.BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA"**

Telah di setujui dan di terima baik oleh Tim Penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan dan Perbankan.

Surakarta, 15 Mei 2015


Tim Penguji Tugas Akhir

1. Ariyanto Adhi Nugroho, SE, M.Ec.Dev
NIK.1984062720150301



(.....)
Penguji

2. Drs. Kresno Sarosa Pribadi, M.Si
NIP.19560118 198601 1 001



(.....)
Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sebelas Maret:

Nama : Denny Ayu Wardany

NIM : F3612020

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN NASABAH PENGGUNA BNI
TAPLUS BISNIS DI PT. BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA
SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salihan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan penjabutan gelar Ahli Madyanya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 15 Mei 2015

Mahasiswa

Denny Ayu Wardany
F3612020



MOTTO

“Satu-satunya cara untuk menghasilkan pekerjaan yang paling hebat di dalam hidup Anda adalah menyukai apa yang Anda lakukan terlebih dahulu”

(NN)

“Bermimpilah seolah-olah Anda hidup selamanya. Hiduplah seakan-akan inilah hari terakhir Anda”

(James Dean)

“Kebahagiaan yang sebenarnya adalah ketika saya bisa membuat orang-orang yang disekeliling saya merasa bahagia”

(Penulis)

“Berjuang bersama-sama dari bawah (No!), akan memberikan kesan luar biasa yang lebih kelak suatu ketika kesuksesan itu digenggam”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan bangga Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaiannya, antara lain:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayahnya.
2. Kedua orang tuaku, serta Adikku yang selama ini telah memberikan kasih sayang dan dukungannya dengan sepenuh hati.
3. Para sahabatku (Aprilantika, Bethy, Dewi dan Rosa), orang terdekatku (Panji),
4. Teman-teman D3 Keuangan Perbankan angkatan 2012.
5. Almamaterku, Universitas Negeri Sebelas Maret Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat anugerah dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan judul” Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Pengguna BNI Taplus Bisnis Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta”, yang merupakan salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi program Diploma 3 (D-3) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Keuangan dan Perbankan Universitas Sebelas Maret.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara moril maupun materil, akan sangat mustahil bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, M.S, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Drs. Kresno Sarosa Pribadi, M.Si, selaku Ketua Prodi DIII Keuangan Perbankan dan selaku Dosen Pembimbing yang memberikan pengarahan, bimbingan, nasehat dan petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Sutanto, SE selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCU Surakarta yang telah bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan magang di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCU Surakarta. Khususnya bapak ibu penyelia dan staff Unit Pemasaran yang sudah berkenan memberikan ilmu kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan bimbingan, arahan serta ilmunya kepada penulis selama berada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret, serta pegawai bagian akademik dan jurusan yang telah banyak membantu penulis dalam hal-hal yang berkaitan dengan akademik.

6. Kedua orang tua tercinta, Bapak (Qodri) dan Ibu (Markamah) yang tak pernah berhenti memberikan cinta dan kasih sayangnya, dan selalu memberikan dorongan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam pencapaian gelar ahli madya ini.
7. Kepada teman-teman yang selalu berbagi informasi dan memberikan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu di dalam kesempatan ini, terima kasih atas segala bantuan moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan baik dalam penyampaian materi maupun dalam penulisan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Namun demikian penulis juga mengharapkan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Surakarta,

Penulis

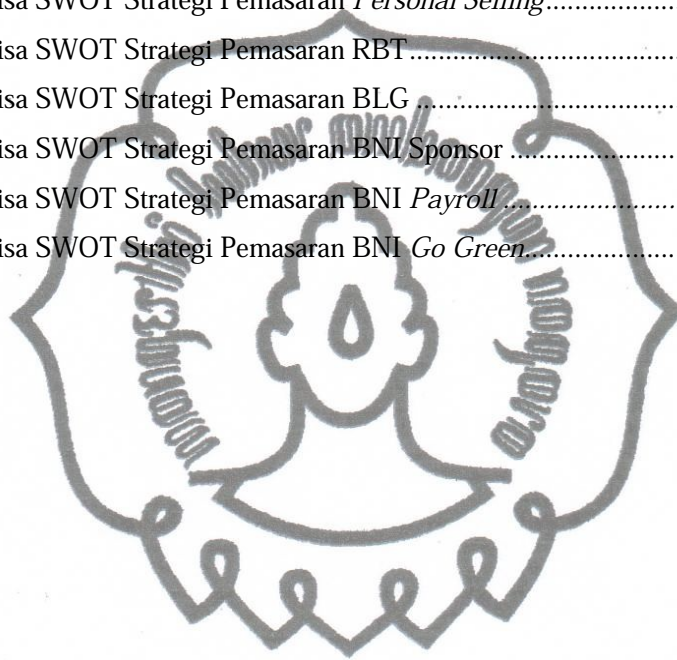
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Metode Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Bank.....	12
B. Jenis Bank.....	14
1. Dilihat dari Segi Fungsinya.....	15
2. Dilihat dari Segi Kepemilikannya.....	17
3. Dilihat dari Segi Status.....	18
4. Dilihat dari Segi Cara Menentukan Harga.....	19
C. Sumber Dana Bank.....	20
D. Pemasaran.....	23
E. Pemasaran Bank.....	25

F. Tujuan Pemasaran Bank.....	26
G. Konsep-Konsep Pemasaran.....	28
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
1. Sejarah Perkembangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	31
2. Visi dan Misi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.....	35
3. Budaya Perusahaan	37
4. Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta.....	39
5. Unit-Unit yang ada di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama Surakarta.....	40
6. Produk-Produk PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	41
B. Kegiatan Magang Kerja	
1. Lokasi Magang Kerja.....	43
2. Tujuan Magang kerja	43
3. Aktivitas Magang Kerja	44
C. Pembahasan Masalah	
1. Jenis Strategi BNI Taplus Bisnis	51
2. Strategi Pemasaran yang Tepat untuk BNI Taplus Bisnis	59
3. Kendala yang Dihadapi dalam Pemasaran BNI Taplus Bisnis	62
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1 Perilaku Utama Insan BNI	38
3.2 Daftar Kegiatan Harian	45
3.3 Analisa SWOT Strategi Pemasaran <i>Advertising</i>	52
3.4 Analisa SWOT Strategi Pemasaran <i>Personal Selling</i>	53
3.5 Analisa SWOT Strategi Pemasaran RBT	54
3.6 Analisa SWOT Strategi Pemasaran BLG	55
3.7 Analisa SWOT Strategi Pemasaran BNI Sponsor	56
3.8 Analisa SWOT Strategi Pemasaran BNI <i>Payroll</i>	57
3.9 Analisa SWOT Strategi Pemasaran BNI <i>Go Green</i>	58



DAFTAR BAGAN

3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Neagara Indonesia (Persero) Tbk 39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Monitoring Dosen Pembimbing

Lampiran 2 Surat Keterangan Penilaian

Lampiran 3 Daftar Hadir Magang

Lampiran 4 Laporan Kegiatan Magang

Lampiran 5 Brosur BNI Taplus Bisnis

Lampiran 6 Formulir Pembukaan Rekening Tabungan

