AKTIVITAS PEMASARAN TABUNGAN PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH (BPD) SUMATERA BARAT CABANG UTAMA PADANG

Intan Mayang Sari, Afriyeni

Akademi Keuangan dan Perbankan Padang

Afriyeni.yen@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Aktivitas Pemasaran Tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode analisa data kualitatif sebagai metode penelitian yang menjelaskan secara deskriptif mengenai aktivitas pemasaran tabungan pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar. Metode analisa ditinjau dari dua segi yang berbeda yaitu antara teori dan praktek sehingga dapat diketahui sejauh mana pelaksanaannya, apakah perbedaan yang timbul menyangkut prinsip dasar konsep itu sendiri. Kesimpulan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar, menggunakan pemasaran yang terdiri dari kebijaksanaan produk, harga, promosi, tempat (distribusi), orang (karyawan), proses (alur kerja), layanan pelanggan. Jenis produk yang diberikan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar adalah tabungan sikoci, tahari mabrur, giro, deposito berjangka, tabungan simpeda. Promosi yang dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melalui iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*).

Kata Kunci: *advertising, sales promotion, personal selling.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan, pengolahan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terpadu dan terarah serta diarahkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian bahu-membahu mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berdaya guna secara optimal. Lembaga keuangan khususnya lembaga perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.

Bankir-bankir yang mengelola banknya menurut system dan metoda yang memacu produktifitas usaha para nasabah akan mampu melihat kedepan dan mengambil keputusan yang gemilang bagi perkembangan ekonomi negara. Salah satu faktor yang mendorong untuk tewujudnya dan kelancaran pembangunan tersebut adalah faktor ekonomi dan lajunya faktor perekonomian yang didukung oleh berbagai faktor pula, salah satunya adalah laju tidaknya pembayaran uang

didalam masyarakat. Semakin cepat uang beredar semakin cepat laju perekonomian negara tersebut.

Dalam peredaran uang pada masyarakat, diperlukan adanya alat perlengkapan yang potensial dan efektif untuk mengendalikan peredaran uang, dimana sebagian alat perlengkapan tersebut dapat dilakukan melalui suatu badan atau lembaga keuangan misalnya Lembaga Keuangan Bank, dan Lembaga Keuangan bukan Bank.

Sebagaimana tercantum dalam UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Alasan dipilihnya PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang sebagai obyek dalam penelitian ini dikarenakan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar mempunyai pertumbuhan jumlah nasabah tabungan yang meningkat tiap tahun. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan kinerja yang signifikan dan makin besarnya potensi bisnis yang ada. Perkembangan jumlah nasabah tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Jumlah Nasabah Tabungan, Saldo Nominal dan Perkembangan
PT. BPD Cabang Utama Padang Tahun 2006 s/d 2010

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Perkembangan (%)	Saldo Nominal (Rp jutaan)	Perkembangan (%)
2006	109.422	-	221.937	-
2007	127.302	16,34	293.844	32,39
2008	137.065	7,66	295.389	0,50
2009	155.264	13,26	406.387	37,57
2010	174.363	12,30	446.695	9,91

Sumber: *PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang, 2011*

Berdasarkan situasi dan perkembangan perekonomian Indonesia saat ini, maka prospek dan perkembangan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar akan semakin besar dalam menjawab tuntutan dari konsumen. Agar PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar dapat bersaing dengan para kompetitornya maka diperlukan suatu aktivitas pemasaran yang baik dikarenakan bank merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa, maka salah satu pendekatan yang cocok digunakan untuk mencapai loyalitas nasabah yaitu dengan meningkatkan faktor psikologi, kepuasan nasabah dan nilai nasabah.

Dalam aktivitas pemasaran tabungan, PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar menggunakan kebijaksanaan promosi seperti : Iklan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Penjualan personal (*personal selling*), Publisitas (*Publicity*).

Promosi dilakukan untuk meningkatkan dana yang dapat terkumpul dari masyarakat yang dikenal dengan tabungan masyarakat, yaitu giro, tabungan, dan deposito. Tabungan masyarakat memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, berfungsi bagi pembentukan modal dan tersedianya investasi. Dana tersebut akan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit, sehingga tingkat tabungan sangat mempengaruhi tingkat penyaluran kredit kepada masyarakat dengan hubungan yang positif. Semakin besar jumlah tabungan yang dikumpulkan perbankan dari masyarakat maka akan semakin besar tingkat penyaluran kredit.

Bentuk-bentuk promosi yang dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar berupa : pemberian kupon, kartu gambar, memberikan permainan, pemberian voucher, pemberian diskon, pemberian hadiah, dan kompetisi.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis membatasi strategi pemasaran hanya untuk produk tabungan. Produk tersebut merupakan produk simpanan masyarakat yang mempengaruhi aktivitas dana-dana pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar. Untuk meningkatkan penjualan produk simpanan maka PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melakukan strategi promosi. Berdasarkan pada uraian di atas maka penulis, mengambil judul “Aktivitas Pemasaran Tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang”.

METODE PENELITIAN

Untuk keperluan penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Riset Perpustakaan (*Library Research*)
Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari teori-teori dari literatur, laporan-laporan yang ada kaitannya dengan objek penelitian.
- b. Riset Lapangan (*Field Research*)
Yaitu melakukan penelitian langsung untuk mendapatkan data primer dan sekunder.

Metode Analisa Data

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode analisa data kualitatif sebagai metode penelitian yang menjelaskan secara deskriptif mengenai aktivitas pemasaran tabungan pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar. Metode analisa ditinjau dari dua segi yang berbeda yaitu antara teori dan praktek sehingga dapat diketahui sejauh mana pelaksanaannya, apakah perbedaan yang timbul menyangkut prinsip dasar konsep itu sendiri. Dengan menganalisa perbandingan, pertanyaan itu akan terjawab selanjutnya dan hasil analisa itu dipergunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan dan saran.

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Bank

Menurut Undang - Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk

simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian bank menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung.

Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat agar lebih senang menabung. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Menurut Kashmir (2002), bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya antara lain:

a. Menghimpun dana

Bank mengumpulkan atau mencari dana (uang) dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Dalam hal ini bank bertindak sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bagi hasil bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah.

b. Menyalurkan dana

Bank menyalurkan kembali dana yang diperoleh lewat simpanan giro, tabungan dan deposito dalam bentuk pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan. Kegiatan penyaluran dana ini dikenal dalam perbankan dengan istilah lending. Disamping dikenakan bunga dalam pemberian kredit, bank juga mengenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (debitur) dalam bentuk biaya administrasi serta provisi dan komisi.

c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya

Kegiatan ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, baik yang berhubungan langsung maupun yang tidak langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit. Jasa perbankan lainnya seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit (L/C)*, *safe deposit box*, bank garansi, bank notes, *travellers cheque*, dan jasa lainnya.

Menurut Undang-Undang pokok Perbankan nomor 7 tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 maka jenis perbankan terbagi dari dua jenis yaitu:

a. Bank umum

Yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.“

Institusi keuangan yang berorientasi laba. Untuk memperoleh laba tersebut bank umum melaksanakan fungsi intermediasi. Karena diizinkan mengumpulkan dana dalam bentuk deposito, bank umum disebut juga sebagai lembaga keuangan depositori. Berdasarkan kemampuannya menciptakan uang (giral), bank umum dapat juga disebut sebagai bank umum pencipta uang giral.

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Fungsi dan Jenis - jenis Bank

Fungsi bank yaitu sebagai penghubung (*intermediary*) antara pihak yang kelebihan dana (*surplus*) dan pihak yang kekurangan dana (*defisit*) dan sebagai jasa keuangan perbankan. Di dalam Undang-undang Perbankan nomor 10 tahun 1998, terdapat beberapa perbedaan jenis perbankan yang dapat dilihat dari segi fungsi, kepemilikan dan dari segi harga.

Dari segi fungsi perbedaan terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasi. Kemudian kepemilikan perusahaan dilihat dari segi kepemilikan saham yang ada serta akte pendiriannya. Sedangkan dari menentukan harga yaitu antara bank konvensional berdasarkan bunga dan bank syariah berdasarkan bagi hasil.

Jenis perbankan dapat ditinjau dari berbagi segi antara lain:

a. Dilihat dari segi sifatnya

Dalam praktiknya jenis bank dilihat dari sifatnya dibagi kedalam dua macam yaitu:

a) Bank devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkasso keluar negeri, *travelers cheque*, pembukaan dan Pembayaran *Letter Of Credits* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia setelah memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan.

a. Bank Non devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa, dimana transaksi yang dilakukan masih dalam batas – batas Negara.

b. Dilihat dari segi fungsinya

a) Bank umum

Yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

a. Dilihat dari segi kepemilikannya.

Jenis bank dilihat dari segi kepemilikannya adalah sebagai berikut:

- a) Bank milik Pemerintah
Yaitu bank yang kepemilikannya maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank dimiliki oleh pemerintah pula.
- b) Bank milik swasta nasional
Yaitu bank yang seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta bank pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula keuntungan diambil oleh swasta pula.
- b. Dilihat dari segi cara menentukan Harga
Yaitu cara penentuan keuntungan yang akan diperoleh. Yang terbagi dalam dua kelompok yaitu:
 - a) Bank yang berdasarkan Prinsip konvensional
Menetapkan bunga sebagai harga jual, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun Deposito. Demikian pula harga beli untuk produk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *spread based*.
 - b) Bank yang berdasarkan Prinsip Syariah
Yaitu menerapkan aturan perjanjian berdasarkan Hukum Islam antara bank dengan pihak lain, baik dalam hal untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan lainnya, yang dikenal dengan prinsip bagi hasil.

Sumber – Sumber Dana Bank

Menurut Kasmir (2011:65), yang dimaksud dengan sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya. Asal dana yaitu bersumber dari bank itu sendiri, yang didapat dari setoran modal pemegang saham dan laba pada tahun lalu yang tidak dibagi kepada pemegang sahamnya.

Asal dana berikutnya didapat dari pihak ketiga yaitu berupa tabungan, deposito, giro dan berasal dari lembaga lainnya yaitu pinjaman antar bank, pinjaman bank-bank luar negeri kredit likuiditas Bank Indonesia dan surat Berharga Pasar Uang.

Kegiatan - kegiatan Bank

Kegiatan bank umum yaitu menghimpun dana dari masyarakat (*funding*), menyalurkan dana ke masyarakat (*lending*), dan memberikan jasa - jasa bank lainnya (*service*).

Adanya bank tentunya memberikan manfaat bagi banyak pihak, manfaat tersebut antara lain:

- a. Sebagai model investasi, yang berarti, transaksi derivatif dapat dijadikan sebagai salah satu model berinvestasi. Walaupun pada umumnya merupakan jenis investasi jangka pendek (*yield enhancement*).
- b. Sebagai cara lindung nilai, yang berarti, transaksi derivatif dapat berfungsi sebagai salah satu cara untuk menghilangkan risiko dengan jalan lindung nilai (*hedging*), atau disebut juga sebagai risk management.

- c. Informasi harga, yang berarti, transaksi derivatif dapat berfungsi sebagai sarana mencari atau memberikan informasi tentang harga barang komoditi tertentu dikemudian hari (*price discovery*).
- d. Fungsi spekulatif, yang berarti, transaksi derivatif dapat memberikan kesempatan spekulasi (untung-untungan) terhadap perubahan nilai pasar dari transaksi derivatif itu sendiri.
- e. Fungsi manajemen produksi berjalan dengan baik dan efisien, yang berarti, transaksi derivatif dapat memberikan gambaran kepada manajemen produksi sebuah produsen dalam menilai suatu permintaan dan kebutuhan pasar di masa mendatang. Terlepas dari fungsi-fungsi perbankan (bank) yang utama atau turunannya, maka yang perlu diperhatikan untuk dunia perbankan, ialah tujuan secara filosofis dari eksistensi bank di Indonesia. Hal ini sangat jelas tercermin dalam Pasal empat (4) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menjelaskan, "Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak". Meninjau lebih dalam terhadap kegiatan usaha bank, maka bank (perbankan) Indonesia dalam melakukan usahanya harus didasarkan atas asas demokrasi ekonomi yang menggunakan prinsip kehati-hatian. 5 hal ini, jelas tergambar, karena secara filosofis bank memiliki fungsi makro dan mikro terhadap proses pembangunan bangsa.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga produksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan bank kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Pemasaran adalah menciptakan layanan yang memuaskan nasabah disuatu pihak dan menguntungkan bank dipihak lain. (Simorangkir, 1998:37). Dari definisi beberapa ahli diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis untuk memuaskan kebutuhan manusia baik produsen maupun konsumen. Kepuasan berarti membeli barang dengan harga yang tepat dan bermanfaat melalui penggunaan barang dan jasa tersebut, sedangkan kepuasan produsen berarti keuntungan yang diperoleh dengan mengusahakan adanya pengeluaran biaya tertentu untuk memproduksi barang dan

jasa serta menyalurkannya kepada konsumen dengan cara yang tepat dan bermanfaat, yang mengakibatkan terjadinya penawaran.

Strategi Pemasaran

Istilah strategi pemasaran banyak digunakan orang terutama dalam bidang bisnis, yaitu dalam hal membicarakan prosedur dan strategi. Istilah strategi sebenarnya berasal dari bahasa Yunani yang artinya kepemimpinan. “Strategi pemasaran adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang disiapkan oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya”. (Philip Kotler, 1992:2).

Strategi pemasaran berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini dapat dipenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut bauran pemasaran yang merupakan inti dari sistem pemasaran bank.

Untuk dapat menunjang peningkatan jumlah nasabah atau konsumen maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan terarah sebagai berikut :

1. Strategi Berdasarkan Segmentasi Pasar

Yaitu dengan membagi pasar kedalam kelompok-kelompok sejenis dan memilih yang paling sesuai bagi bank dalam upayanya memberikan pelayanan yang terbaik dan menarik bagi nasabah. Misalnya untuk kelompok pengusaha diperkenalkan giro dan untuk pelajar diperkenalkan produk tabungan.

2. Strategi Pemasaran Berdasarkan *Market Positioning*

Yaitu dengan menambah ciri-ciri tertentu bagi produk-produk antara lain memudahkan persyaratan menabung dan penarikan tabungan serta memberikan tingkat bunga yang tetap bersaing dengan tingkat bunga pasar.

3. Strategi Berdasarkan Struktur Pasar

Bagi suatu perusahaan sebelum menawarkan dan memasarkan, biasanya terlebih dahulu harus mengetahui peluang dan potensi pasar tersebut, maka perusahaan akan dapat memperkirakan tingkat penjualan yang akan dicapai. Salah satu cara untuk melihat peluang dan potensi tersebut yaitu dengan mempelajari struktur pasar, sebab struktur pasar ini merupakan pedoman dalam menyusun strategi dalam menghadapi persaingan.

Strategi untuk menetapkan keputusan yang berhubungan dengan pemasaran adalah strategi produk. Strategi produk dipakai oleh perusahaan untuk mengubah atau menyempurnakan produk yang ada sekarang menjadi bentuk yang lebih baik. Sehingga produk perusahaan tidak kalah dengan produk milik pesaing dan sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen.

Salah satu strategi produk, strategi promosi juga merupakan suatu bagian yang sangat penting. Promosi adalah suatu cara langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka membeli merk barang tertentu.

Untuk strategi harga pada umumnya bank menetapkan harga (bunga) dengan berbagai tujuan yaitu :

1. Memperoleh laba maksimal, bank menentukan harga sendiri dengan tujuan memperoleh laba secara maksimal.
2. Bank menetapkan suatu kebijakan harga yaitu menetapkan harga yang sama kepada semua konsumen dan jumlah yang sama.

Sebagaimana halnya produk jasa memerlukan pendistribusian agar dapat sampai ketangan konsumen. Sebagaimana halnya dengan pemasaran barang atau jasa, bank harus jelas menggambarkan pemasarannya, mengetahui srtuktur pasar/komponen dan pendapatan konsumen, karena merekalah yang mempengaruhi pasar.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Definisi *Marketing Mix* menurut (Lupioyadi, 2001 :58) merupakan *tool* atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran yang diterapkan dapat berjalan sukses.

Agar dapat melakukan penghimpunan dana masyarakat, bank memerlukan adanya suatu strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini dapat dipenuhi dengan penyediaan sarana yang disebut bauran pemasaran yang merupakan inti dari sistem pemasaran bank.

Elemen-elemen yang biasa digunakan dalam perusahaan jasa (bank) yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Saluran Distribusi (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Orang yang berkualitas yang terlibat dalam pemasaran (*People*)
6. Bagaimana proses atau prosedur dalam kegiatan operasional (*Process*)
7. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah (*Customer Service*)

PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar, menggunakan pemasaran yang terdiri dari kebijaksanaan produk, harga, promosi, tempat (distribusi), orang (karyawan), proses (alur kerja), layanan pelanggan.

1. Produk (*Product*)

Jenis-jenis produk PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar :

1. Tabungan SIKOCI

Keunggulan Tabungan SIKOCI :

1. Meningkatkan bonafiditas.
2. Pelayanan dilaksanakan secara cepat dan tepat.
3. Bunga menarik dan bersaing, dihitung berdasarkan saldo harian.
4. Otomatis dijamin asuransi jiwa.
5. Kesempatan memperoleh hadiah lebih besar, minimal saldoRp.100.000,- atau sesuai ketentuan.
6. Pengembalian dan penyetoran serta pemindah bukuan dapat disemua Kantor PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar (System On-line) sesuai ketentuan berlaku.
7. Dapat dijadikan sarana pembayaran Rekening Listrik, Rekening Telepon, Rekening Air, Uang Kuliah, PBB dan Pajak Lainnya, Kiriman Uang dll.
8. Dapat ditarik pada semua ATM PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar atau melalui ATM bersama diseluruh Indonesia.

Persyaratan :

1. Mengisi formulir aplikasi permohonan Pembukaan Rekening Tabungan SIKOCI.
2. Foto Copy KTP, SIM / Paspor (WNA).
3. Setoran awal dan saldo minimal Rp.25.000,- atau sesuai ketentuan.
4. Lain-lain sesuai ketentuan berlaku.

2. Tabungan haji "TAHARI MABRUR"

Keunggulan tabungan haji "TAHARI MABRUR" :

1. Merasa Nyaman dan Tentram.
2. Pelayanan secara cepat dan tepat.
3. Memudahkan anda memperoleh Porsi Haji, karena On-line dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Departemen Agama Republik Indonesia.
4. Dapat menarik dan menyetor serta pemindahbukuan disemua Kantor PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar (System On-line) sesuai ketentuan berlaku.
5. Penabung ditawarkan 3 (tiga) pilihan balas jasa yaitu :
 - a. Tidak menghendaki balas jasa.
 - b. Menghendaki balas jasa untuk menambah saldo Tabungan.
 - c. Menghendaki balas jasa tetapi disalurkan kepada yayasan atau badan sosial yang ditunjuk atau diserahkan kepada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar.
6. Penabung tidak dikenakan biaya pembukaan rekening, administrasi bulanan dan penutupan rekening.
7. Memperoleh *Gift* yang dapat mendukung kelancaran pelaksanaan ibadah Haji.

Persyaratan :

1. Mengisi formulir aplikasi permohonan Pembukaan Rekening TAHARI MABRUR.
2. Foto Copy KTP, SIM / Paspor (WNA).
3. Setoran awal dan saldo minimal Rp.500.000,- (lima ratus ribu rupiah).
4. Setoran selanjutnya sesuai dengan kemampuan nasabah.
5. Lain-lain sesuai ketentuan berlaku.

3. Giro

Keunggulan giro PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar :

1. Meningkatkan Citra dan bonafiditas Perusahaan / Perorangan.
2. Pembayaran dilaksanakan dengan cepat dan tepat.
3. Giro dalam bentuk Rupiah dan Valuta Asing.
4. Jasa Giro bersaing.
5. Mempermudah pembayaran untuk :
 - a. Semua Transaksi Bisnis Anda.
 - b. Rekening Listrik, Telepon, Air, Uang Kuliah SPP dll.
 - c. PBB dan Pajak lainnya.
6. Kiriman Uang (transfer) Dalam dan Luar Negeri.
7. Memudahkan pemberian Referensi Bank dan Bank Garansi.

8. Dapat ditarik dan disetor serta pemindahbukuan disemua Kantor PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar (system On-line) sesuai ketentuan berlaku.

Persyaratan :

1. Mengisi formulir aplikasi Pembukaan Rekening.
2. Foto Copy Identitas KTP, SIM / Paspor (WNA).
3. Menyerahkan Akte Pendirian, SIUP, TDP bagi perusahaan.
4. Foto Copy NPWP.
5. Tidak termasuk dalam Daftar Hitam (Black List) Bank Indonesia.

4. Deposito berjangka

1. Keunggulan deposito PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar : Meningkatkan Citra dan bonafiditas Anda sebagai Deposan (pemilik).
2. Pelayanan yang cepat dan tepat.
3. Deposito dalam Rupiah dan Valuta Asing.
4. Bunga Deposito negotiable dan bersaing.
5. Bunga dapat diambil setiap bulan atau dipindah-bukukan ke rekening tabungan Anda.
6. Jangka waktu dapat dipilih 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan 24 bulan.
7. Perpanjangan secara otomatis.
8. Dapat dijadikan sebagai Jaminan Kredit (Kredit Jaminan Deposito / KJD).

Persyaratan :

1. Mengisi formulir aplikasi Pembukaan Deposito.
2. Foto Copy Identitas KTP, SIM / Paspor (WNA).
3. Lain-lain sesuai ketentuan yang berlaku.

5. Tabungan SIMPEDA

Keunggulan tabungan simpeda :

1. Meningkatkan bonafiditas para penabung.
2. Pelayanan secara Cepat dan Tepat.
3. Bunga bersaing, dihitung berdasarkan saldo harian.
4. Undian berhadiah, 2 (dua) kali setahun.
5. Kesempatan memperoleh hadiah cukup besar.
6. Dapat menarik dan menyetor serta pemindahbukuan disemua Kantor PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar (System On-line) sesuai ketentuan berlaku.
7. Dapat dijadikan sarana pembayaran Rekening Listrik, Rekening Telepon, Rekening Air, Uang Kuliah, PBB dan Pajak lainnya, Kiriman Uang dll.
8. Dapat ditarik pada ATM PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar dan ATM Bersama diseluruh Indonesia.

Persyaratan :

1. Mengisi formulir aplikasi permohonan Pembukaan tabungan SIMPEDA.
2. Foto Copy KTP, SIM / Paspor (WNA).
3. Setoran awal dan saldo minimal Rp.10.000,- atau sesuai ketentuan.
4. Biaya administrasi sesuai ketentuan yang berlaku.

Dalam rangka menarik minat masyarakat dalam menabung pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar, maka BPD melakukan kebijakan sebagai berikut :

Penyetoran dapat dilakukan dengan berbagai cara tanpa harus datang ke PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar dan pihak BPD menyediakan pelayanan ke rumah dan tempat usaha nasabahnya.

Setiap tabungan diberikan bunga yang menarik, dan sesuai, disamping itu diberikan hadiah atau undian kepada penabung terhadap tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh BPD.

Penabung diharapkan menyimpan uangnya melalui tabungan agar dana yang ditabungkan dapat diambil sewaktu-waktu membutuhkan.

Tabungan yang ada pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar suatu tempat dimana masyarakat dapat menarik dana yang disimpan dan setelah jatuh tempo perjanjian kemudian digunakan untuk kegiatan usaha atau ditabungkan ke bank lain.

Setiap tabungan dari masyarakat dikembalikan dalam bentuk pinjaman ataupun kredit pada masyarakat dan setiap tabungan diberi bunga.

Untuk melihat perkembangan jumlah tabungan dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2
Jumlah Nasabah Tabungan, Saldo Nominal dan Perkembangan
PT. BPD Cabang Utama Padang Tahun 2006 s/d 2010

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Perkembangan (%)	Saldo Nominal (Rp. jutaan)	Perkembangan (%)
2006	109.422	-	221.937	-
2007	127.302	16,34	293.844	32,39
2008	137.065	7,66	295.389	0,50
2009	155.264	13,26	406.387	37,57
2010	174.363	12,30	446.695	9,91

Sumber : PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang, 2011

Perkembangan jumlah tabungan dan jumlah penabung pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar dari tahun 2006 sampai 2010, dapat dilihat dari tabel 2. Perkembangan jumlah penabung dari tahun 2006 sampai 2007, mengalami peningkatan dari 109.422 orang ditahun 2006 menjadi 127.302 orang ditahun 2007. Pada tahun 2008 sampai 2009 mengalami peningkatan dari 137.065 orang ditahun 2008 menjadi 155.264 orang ditahun 2009. Dan pada tahun 2010 meningkat lagi menjadi 174.353 orang. Untuk jumlah tabungan dari tahun 2006 sampai 2010 mengalami peningkatan, Rp. 221.937.000,- ditahun 2006, Rp. 293.844.000,- ditahun 2007, Rp. 295.389.000,- ditahun 2008, Rp. 406.387.000,- ditahun 2009, Rp. 446.695.000,- ditahun 2010.

2. Harga (*Price*)

Harga yang berlaku pada bank berupa bunga yang ditetapkan pada perkembangan tingkat bunga tabungan. Dalam menghimpun dana masyarakat,

pendapatan bunga tabungan lebih rendah dari pada tingkat bunga deposito disebabkan untuk tabungan dapat dilakukan penarikan rekening sewaktu-waktu sedangkan untuk deposito penarikannya dapat dilakukan pada tanggal jatuh tempo.

3. Saluran Distribusi (*Place*)

Dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu aktivitas pemasaran produk tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melakukan kegiatan operasional tersebut di Jalan Pemuda No. 21 Padang 25117 Sumatera Barat. Lokasi kantor PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar ini dinilai strategis karena dekat dengan perumahan penduduk, pasar, sekolah, instansi pemerintah, dan pedagang.

4. Promosi (*Promotion*)

Dalam strategi pemasaran tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melakukan kebijaksanaan promosi dengan cara sebagai berikut :

a. Iklan (*Advertising*)

PT. BPD Sumbar melakukan kebijaksanaan periklanan melalui brosur, panduk, dan papan reklame. Brosur-brosur yang mengenai aktivitas dan jasa yang ditawarkan, disebar kepada masyarakat guna menarik perhatian dan keinginan mereka untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di BPD Sumbar. Sedangkan untuk pemasangan spanduk ditempat yang dianggap strategis.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Kebijakan promosi penjualan dilakukan dengan cara penarikan undian berhadiah untuk masyarakat yang menabung pada PT. BPD Sumbar dengan memberikan hadiah-hadiah, kalender, gantungan kunci, buku agenda, atau alat tulis yang semuanya memakai simbol BPD Sumbar, dengan harapan para nasabah atau masyarakat selalu mengingat dan tertarik pada PT. BPD Sumbar.

c. Penjualan personal (*personal selling*)

Personal selling dilakukan dengan cara menugaskan karyawan untuk langsung mempromosikan produk tabungan kepada masyarakat seperti sekolah-sekolah, pegawai negeri, pedagang, dan petani.

5. Orang yang berkualitas yang terlibat dalam pemasaran (*People*)

Karyawan merupakan hal yang sangat menentukan berjalannya kegiatan operasional PT. BPD Sumbar dalam pemasaran produk tabungan. Karyawan yang digunakan oleh PT. BPD Sumbar mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda dari SMU sampai sarjana.

6. Alur Kerja (*Process*)

PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) memberikan kemudahan, kecepatan, ketelitian pada saat transaksi dengan nasabah. Misalnya menerima nasabah dalam hal membuka rekening tabungan, dengan cara kerja yang cepat akan menciptakan proses kerja yang tidak membuat nasabah lama menunggu. Dalam proses penarikan uang, bank dengan cepat memprosesnya.

7. *Customer Service* (Layanan Pelanggan)

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah, maka PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Menyediakan tempat/ kantor dan ruang tunggu yang memadai, dengan tata ruang yang nyaman hingga nasabah merasa nyaman bila memasuki kantor.
2. Tata ruang karyawan yang sangat mendukung sehingga dapat meningkatkan semangat kerja karyawan.
3. Memberikan pelayanan yang memadai untuk kepentingan nasabah.
4. Adanya satpam yang dapat memberikan kondisi aman di bank.

KESIMPULAN

1. PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar, menggunakan pemasaran yang terdiri dari kebijaksanaan produk, harga, promosi, tempat (distribusi), orang (karyawan), proses (alur kerja), layanan pelanggan.
2. Jenis produk yang diberikan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar adalah tabungan sikoci, tahari mabrur, giro, deposito berjangka, tabungan simpeda.
3. Promosi yang dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumbar melalui iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*).
4. Perkembangan jumlah tabungan dan jumlah penabung dari tahun 2006 sampai 2010 mengalami peningkatan setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/upgc3>
- F., & Afriyeni, A. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Utama Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/tf2bz>
- Hidayati, R. R., & Marlius, D. (2018). Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8dgqn>
- Kasmir, SE, MM, (2001), Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip, (2002), Manajemen Pemasaran II. Penerbit PT. Prehalindo, Edisi Millenium. Jakarta.
- Lupioyadi, Willem, (2001), Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Salemba Empat,

Jakarta.

- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. Jurnal Pundi. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Perception Of Quality Terhadap Keputusan Pembelian Hospital Bed Merek Paramout Di PT. Aga Medika Utama Padang (Studi Kasus Rumah Sakit Umum Kota Padang). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/VYQ4E>
- Safitri, R. N., & Marlius, D. (2017). Penerapan E-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gkv8t>
- Sarwoto. Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen. Penerbit Ghalia, Jakarta.
- Setia Ningsih, Dewi, (2008), Strategi Pemasaran Tabungan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sungai Puar, Tugas Akhir.
- Sinungan, Murchdiansyah, (1993), Manajemen Dana Bank, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Staton. J William, (1986), Prinsip Pemasaran, Edisi ke 7, jilid 2, Penerbit Erlangga.
- Sukanto R dan T. Hani Handoko, (1994), Teori dan Prilaku Organisasi Perusahaan. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Sumarni, Murni, (2000:162), "Marketing Perbankan", Edisi 2, Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/b9ws7>
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998, (1999), Tentang Perbankan. Penerbit Sinar Grafika. Cetakan Kedua.

Widayati, R. (2019). Promotional Activities And Services Bank Nagari Kambang Increase In Customer. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MYAVT>

Widayati, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/3Z5YC>

Widayati, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bpr Rangkang Denai Payakumbuh Barat. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/S3UZM>