

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara pemeluk agama islam terbesar di dunia. Sehingga peluang untuk menawarkan produk Tabungan Haji semakin besar. Di era globalisasi membuat dunia menjadi begitu terbuka, termasuk dalam dunia bisnis dan perbankan. Industri perbankan mengalami pasang surut yang cukup tajam sejak Oktober 1989 dengan dibukanya kemudahan izin pendirian Bank di Indonesia. Saat itu jumlah Bank bertambah pesat menjadi 149 Bank Umum Nasional. Krisis keuangan pada tahun 1997 dan 1998 berdampak pada menurunnya jumlah bank, sehingga saat ini jumlah bank menjadi 120 Bank Umum.<sup>1</sup>

Walaupun terdapat penurunan jumlah Bank Umum di Indonesia namun terjadi peningkatan pada jumlah kantor pelayanan Bank Umum, yang dapat dilihat pada tahun 2005 dari jumlah 8.236 (dalam milyar) menjadi 14.797 (dalam milyar) pada Desember 2011.<sup>2</sup> Jumlah peningkatan kantor pelayanan ini terjadi juga karena adanya peningkatan jumlah nasabah Bank Umum. Dengan meningkatnya minat masyarakat akan industri perbankan, maka PT. Bank Rakyat

---

<sup>1</sup> <http://www.bi.go.id/web/id/Statistik/Statistik+Perbankan/Statistik+Perbankan+Indonesia/>  
(diakses tanggal 18 Maret 2012, pukul 15.00 WIB)

<sup>2</sup> Ibid. (diakses tanggal 18 Maret 2012, pukul 15.00 WIB)

Indonesia hadir sebagai bank yang memberikan solusi termudah bagi masyarakat yang ingin menabung maupun memberikan pinjaman dengan pelayanan yang bermutu. Dengan biaya administrasi yang kecil dan tingkat suku bunga yang bersaing, membuat BRI menjadi pilihan terbaik bagi masyarakat.

Layanan tabungan BRI yang dikhususkan bagi kaum muslim yaitu produk Tabungan Haji. Produk Tabungan Haji BRI memiliki beberapa keunggulan yaitu, gratis biaya administrasi, gratis perlindungan asuransi jiwa dan kecelakaan diri, serta setoran awal yang rendah yaitu Rp. 50.000,-.<sup>3</sup>

Didalam melakukan usaha pengenalan dan penjualan produk Tabungan Haji di wilayah Depok 1, PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Nusantara Depok, tentu tidak terlepas dari strategi promosi yang dilakukan untuk menarik nasabah baru dan tetap mempertahankan nasabah lama. Pada dasarnya strategi promosi yang efektif dalam perbankan adalah Bank harus mempromosikan produknya seluas mungkin dengan mengenalkan kepada nasabah tentang produk-produk yang ditawarkan. Melalui strategi promosi yang efektif diharapkan nasabah akan mengenal dan mengetahui keberadaan akan produk tersebut, sehingga pihak bank dapat memenuhi target nasabah yang telah ditentukan atau bahkan lebih.

---

<sup>3</sup> [http://www.bri.co.id/simp\\_tabungan/ssm\\_simp\\_tab\\_haji](http://www.bri.co.id/simp_tabungan/ssm_simp_tab_haji) (Diakses tanggal 18 Maret 2012, pukul 15.00 WIB)

Sewaktu masa Praktek Kerja Lapangan di BRI Unit Nusantara Depok, Penulis melihat adanya ketidakefektifan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak unit untuk produk Tabungan Haji. Ketidakefektifan ini terlihat dari sedikitnya jumlah brosur yang tersedia untuk Produk Tabungan Haji bahkan terkadang tidak terdapat brosur tentang Tabungan Haji di unit tersebut. *Customer Service* yang seharusnya berperan besar dalam melakukan kegiatan promosi, seringkali tidak memberitahu kepada nasabah tentang tersedianya produk Tabungan Haji di Unit tersebut.

Kegiatan promosi yang tidak efektif inilah yang diduga membuat nasabah menjadi tidak *aware* akan produk Tabungan Haji yang tersedia pada BRI Unit Nusantara Depok, sehingga berakibat pada jumlah nasabah untuk produk Tabungan Haji tidak memenuhi target. Berdasarkan data jumlah nasabah, pada tahun 2011 nasabah produk Tabungan Haji pada unit tersebut berjumlah 148 nasabah, sedangkan target yang ditetapkan oleh BRI pusat adalah 200 nasabah. Menurut Kepala Unit BRI Unit Nusantara yaitu Bapak Slamet Purwanto, penyebab utama jumlah nasabah yang tidak memenuhi target ini karena masyarakat sekitar yang belum *aware* akan ketersediaan produk tabungan haji di BRI Unit Nusantara, banyak dari masyarakat yang mengira bahwa produk tabungan haji hanya tersedia pada BRI syariah.

Atas dasar tersebut Penulis memberi judul Karya Ilmiah ini **“Analisis Promosi Dan *Awareness* Produk Tabungan Haji pada Bank BRI Unit Nusantara Depok “.**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan karya ilmiah ini adalah:

1. Bagaimanakah *awareness* nasabah terhadap produk Tabungan Haji BRI ?
2. Alat promosi apa sajakah yang digunakan untuk menginformasikan produk Tabungan Haji ?
3. Apakah promosi berperan dalam menciptakan *awareness* terhadap produk Tabungan Haji BRI ?
4. Bagaimanakah penilaian nasabah untuk tiap-tiap alat promosi yang digunakan untuk mempromosikan Tabungan Haji pada BRI Unit Nusantara ?

## **C. Tujuan Dan Manfaat**

Adapun tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Untuk mengetahui *awareness* nasabah terhadap keberadaan produk Tabungan Haji BRI.
2. Untuk mengetahui alat promosi yang digunakan BRI untuk produk Tabungan Haji.

3. Untuk mengetahui peran promosi dalam menciptakan *awareness*.
4. Untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap alat promosi berupa brosur, *website* dan *customer service*, yang digunakan BRI Unit Nusantara untuk mempromosikan produk Tabungan Haji.

Adapun manfaat penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk pihak bank mengenai sistem pemasaran yang diterapkan untuk produk Tabungan Haji.

2. Manfaat bagi penulis

Penulis dapat memperluas cakrawala ilmu pengetahuan di bidang pemasaran produk jasa.

3. Manfaat bagi universitas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah universitas yang dibuat oleh mahasiswa serta untuk Mengetahui sejauh mana ilmu yang telah didapat oleh mahasiswa dalam masa kuliah sebelumnya

4. Manfaat bagi pembaca

Dapat dijadikan sebagai referensi oleh penulis lain dalam pembuatan karya ilmiah.