

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN TABUNGAN BATARA JUNIOR PADA
PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) CABANG PADANG**

Tugas Akhir

*Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Niaga*



Oleh:

SUCI PRADINTA

05076024



**ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**



No. Alumni Universitas

SUCI PRADINTA

No. Alumni Fakul

a). Tempat/Tgl.lahir : Padang/25 November 1987 b). Nama Orang Tua : H.Dar S.Sos dan Hj. Welly Sy c). Fakultas : Politeknik d). Jurusan : Administrasi M
 e). No BP : 05076024 f). Tgl. Lulus : 28 Juli 2008 g). Prediket lulus :
 h). IPK : i). Lama studi : 3 tahun j). Alamat orang tua : Jl. Hercules N
 Tunggul Hitam Padang

**Tinjauan Bauran Pemasaran Tabungan Batara Junior Pada
 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Padang**

Tugas Akhir oleh : Suci Pradinta

Pembimbing : 1. Nurhayati, SE 2. Gustina, SE

ABSTRAK

Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Salah satu pro pemasaran adalah bauran pemasaran yang terdiri dari elemen-elemen 4p (*Product, Price, Promotio Place*) sedangkan untuk perusahaan jasa diperluas lagi dengan menambah tiga elemen, yaitu el Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Efidence*) dan Proses (*Process*).

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Padang dalam memasarkan produk Tabu Batara Junior menggunakan program bauran pemasaran jasa, yaitu: Produk Tabungan Batara memiliki motto "Mengajar anak-anak pola hidup menabung". Suku bunga Tabungan Batara ditentukan oleh kantor pusat Bank BTN dan tidak dikenakan biaya administrasi. Distribusi yang digu oleh Bank BTN Cabang Padang yaitu menggunakan outlet kantor cabang, kantor cabang pembantu, k kas dan mengoptimalkan pemakaian mobil kas keliling dalam menghimpun dana. Promosi yang digu oleh bank BTN Cabang Padang adalah memasarkan Tabungan Batara Junior langsung ke sekolah-se atau perguruan tinggi di wilayah kota Padang. Pegawai Bank BTN harus memiliki pengetahuan ketrampilan mengenai tugas masing-masing. Bukti fisik terdiri dari formulir pendaftaran, buku tabunga penarikan, slip penyetoran dan kartu ATM Batara. Prosedur untuk menjadi penabung Batara Junior langsung datang ke bank BTN Cabang Padang dan untuk pelajar di sekolah masing-masing.

Tugas akhir ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 28 Juli 20 Abstrak ini telah disetujui oleh penguji :

Penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Nurhayati, SE	Yenida, SE, M.Si	Emrizal, SE	Variyetni Wir

Mengetahui :

Ketua Jurusan : **Sarmiadi, SE**
 Nama



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

Nomor Alumni	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas :	Nama	Tanda Tangan

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank sebagai tempat untuk menempatkan dana masyarakat dan pemberian kredit perlu memberikan pelayanan yang baik tentang produk yang dijualnya kepada nasabah dan debiturnya. Kualitas dari produk yang dijual juga memotivasi dan membantu seseorang dalam hal kesadaran menabung dan membayar angsuran kreditnya. Bank yang memberikan pelayanan terbaik dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah akan mempengaruhi tingkat penjualan dari produk bank. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi loyalitasnya terhadap bank sehingga akan terus menempatkan dana pada bank tersebut, hal ini akan memacu penghimpunan dana (*funding*) dan penyaluran kredit (*lending*) yang lebih baik.

Selanjutnya perlu menjadi perhatian utama bahwa saat ini persaingan antar bank dalam menarik nasabah sangat ketat. Bank-bank berlomba untuk mempermudah dan memperluas jenis produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini perlu diinformasikan (dijual) kepada calon nasabah dan nasabah yang sudah ada. Para petugas bank juga berusaha keras membujuk para nasabah untuk selalu bertransaksi di bank mereka.

Setiap perusahaan dituntut untuk mengetahui keunggulan produk yang dijualnya serta bagaimana produk tersebut dipasarkan sampai kepada konsumen, sehingga mampu bertahan hidup di dalam persaingan yang sangat ketat.

Diharapkan setiap produk yang dijual akan berupaya dapat merebut pasar. Untuk memudahkan pemasar dalam menawarkan produk yang dijual sangat perlu melakukan perencanaan pemasaran, salah satunya dengan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bank Tabungan Negara mempunyai sumber dana dari dana sendiri (*equity*), dana pinjaman (*borrowing*) dan dana masyarakat (*deposits*). Salah satu sumber dana masyarakat adalah produk tabungan dengan lini produk Tabungan Batara. Tabungan Batara merupakan salah satu produk unggulan BTN dalam menghimpun dana masyarakat dengan berbagai keunggulan manfaat (*benefit*). Bank Tabungan Negara telah mengembangkan Tabungan Batara agar lebih dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat terutama calon penabung yang mempermasalahakan biaya administrasi tabungan bulanan, kalangan pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum, dengan mengeluarkan produk Tabungan Batara Junior.

Tabungan Batara Junior merupakan tabungan tabanas yang sudah berjalin selama 15 tahun pada Bank BTN Cabang Padang. Tabungan Batara Junior merupakan tabungan yang diciptakan untuk para pelajar dan mahasiswa yang diperluas untuk golongan masyarakat yang memiliki kemampuan menabung terbatas atau sensitif terhadap biaya-biaya namun tidak sensitif terhadap bunga dan fitur tabungan. Jumlah nasabah Tabungan Batara Junior lima tahun terakhir ini adalah:

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pembahasan tugas akhir tentang bauran pemasaran Tabungan Batara Junior adalah:

1. Tabungan Batara Junior merupakan salah satu produk simpanan yang dikelola oleh Bank BTN Cabang Padang, dengan sasaran konsumen utama adalah pelajar, mahasiswa, umum dan debitur KPR yang tidak menjadi nasabah aktif pada bank BTN Cabang Padang. Tabungan Batara Junior menggunakan program bauran pemasaran yang terdiri dari 7P, yaitu: Produk Jasa (*Product*), Tarif Jasa (*Price*), Tempat atau Lokasi Pelayanan (*Place or Service Location*), Promosi (*Promotion*), Sumber Daya Manusia atau Orang (*people*), Sarana Fisik (*Physical Efidence*) dan Proses pelayanan (*process*).
2. Produk Tabungan Batara Junior memiliki motto "Mengajar anak-anak pola hidup menabung". Suku bunga Tabungan Batara Junior ditentukan oleh kantor pusat bank BTN. Setiap nasabah Tabungan Batara Junior tidak dikenakan biaya administrasi. Distribusi yang digunakan oleh Bank BTN Cabang Padang yaitu menggunakan outlet seperti kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan mengoptimalkan pemakaian mobil kas keliling dalam menghimpun dana. Promosi yang digunakan oleh bank BTN Cabang Padang adalah memasarkan produk tabungan

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Darius, 2004, **Dasar-Dasar Pemasaran**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Hasibuan, Melayu S.P, 2005, *Organisasi dan Motivasi*, Bumi Aksara, Bandung
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, CV. Alfabeta, Bandung
- Kasmir, 2002, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Khotijah. Siti, 2004, *Smart Strategy of "Marketing" Persaingan Pasar Global*, CV. Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip; Gary Amstrong, 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Payne, Adrian, 2000, *The Essence of Service Marketing "Pemasaran Jasa"*, Andi Offset, Yogyakarta
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods For Business "Metodologi Penelitian Untuk Bisnis"*, Salemba Empat, Jakarta
- Swastha, Basu; Ibnu Sukojo, 2002, *Pengantar Bisnis Modern*, Liberty, Yogyakarta