

**STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA  
PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO  
M E D A N**

Oleh :

*Asmara Hadi*

No. Stb. : 97 830 0332



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2001**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA  
PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO  
M E D A N**

**S K R I P S I**

**O l e h :**

***Asmara Hadi***

**No. Stb. : 97 830 0332**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Studi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Medan Area**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2001**

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA  
PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO  
M E D A N

Nama Mahasiswa : *Asmara Hadi*

No. Stambuk : 97 830 0332

J u r u s a n : Manajemen

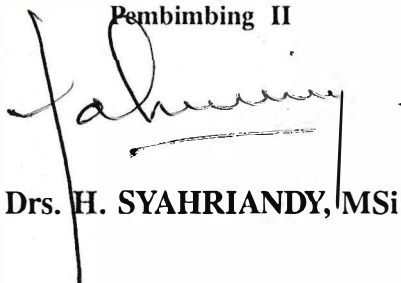
Menyetujui :  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



( Hj. RATNA BALQIS NASUTION, SE, MBA )

Pembimbing II



( Drs. H. SYAHRIANDY, MSi )

Mengetahui :

Ketua Jurusan



( Drs. MUSLIM WIJAYA, MSi )

D e k a n



( Drs. RASDIANTO, MS, Ak )

Tanggal Lulus : 3 September 2001

## **RINGKASAN**

**ASMARA HADI, STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN, (Di bawah bimbingan Hj. RATNA BALQIS NASUTION, SE, MBA., selaku Pembimbing I, dan Drs. H. SYAHRIANDY, MSi., selaku Pembimbing II).**

Bank adalah Lembaga Keuangan yang merupakan suatu wadah pertukaran uang. Dalam kegiatannya Bank berperan sebagai mobilisator dana pembangunan untuk menggerakkan kegiatan ekonomi. Jadi sistem perekonomian sangatlah mempengaruhi kegiatan perbankan. Dalam perkembangannya jasa perbankan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat sejak diperkenalkannya teknologi baru dan adanya deregulasi di bidang perbankan.

Kemampuan perusahaan untuk tetap berdiri dan bertahan dalam situasi perekonomian yang sedang dilanda krisis saat ini, perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang disusun yang dijadikan sebagai alat untuk dapat mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan hidup perusahaan (Survival) sehingga mendapatkan laba (Profit) bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mampu untuk mencapai pertumbuhan yang baik (Growth).

Bank Kesawan sebagai salah satu bank swasta yang ada di kota Medan, di samping mencari laba, bank ini juga melayani kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan, di mana orientasinya adalah mendukung dan mensukseskan pembangunan nasional untuk mendapatkan laba yang diharapkan dalam aktivitas operasionalnya dimana bank ini tidak terlepas dari penggunaan dan penerapan strategi pemasaran.

Dari penelitian pendahuluan yang dilakukan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : “Sejauhmana strategi pemasaran yang diterapkan dalam mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabah yang telah ada selama ini sehingga bank mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya”.

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan dua macam penelitian yaitu penelitian Kepustakaan (Library research) dan penelitian Lapangan (Field research), sedangkan teknik pengumpulan data meliputi : pengamatan (observasi), wawancara (interview), daftar pertanyaan (questionnery) yang berhubungan dengan objek penelitian. Sebagai bahan untuk dianalisis dalam masalah yang diteliti ini adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis deduktif.

Bank Kesawan Cabang Diponegoro Medan sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat menawarkan jasa-jasa perbankan yaitu : tabungan, giro, simpanan berjangka, sertifikat deposito. Sedangkan strategi pemasaran yang diterapkan ditinjau dari segi bauran pemasaran terdiri dari : strategi produk, strategi harga, strategi saluran distribusi dan promosi.

Adapun kesimpulan penulis dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Bank Kesawan sebagai **“ONE TOP SERVICE”** selalu memperhatikan pelayanan yang diberikannya. Untuk itu Bank Kesawan memberikan pendidikan dan pelatihan kepada setiap karyawannya sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para nasabah. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya pencaangan Sumber Daya Manusia 2001 bagi setiap karyawannya. Namun untuk kantor cabang pembantu hal ini dirasakan sangat kurang. Karena penempatan karyawan langsung dari kantor pusat sehingga tidak ada wewenang bagi kantor cabang pembantu untuk menentukan sendiri karyawannya.
2. Didalam meningkatkan pelayanannya, Bank Kesawan memiliki berbagai sarana yang menunjang kegiatan usahanya seperti : komputer, faximile, telephone, dan lain-lain. Tetapi untuk kantor cabang pembantu Diponegoro Medan dan cabang pembantu lainnya sarana ATM belum dimiliki sehingga para nasabah sulit untuk mengtunaikan uangnya dengan segera, disamping itu Bank Kesawan belum on line.
3. Persaingan saat ini bukanlah diantara apa yang dihasilkan perusahaan, tetapi persaingan diantara apa yang mereka tambahkan pada produknya seperti service (pelayanan). Dalam hal ini telah dilakukan PT. Kesawan Cabang Diponegoro Medan dalam usahanya untuk merebut pasar yaitu dengan memberikan pelayanan yang tercepat dan terbaik.

Saran yang dapat penulis berikan adalah :

1. Disarankan pada PT. Bank Kesawan agar lebih memperhatikan kemampuan dan keterampilan karyawannya di kantor cabang sehingga karyawan yang ada di kantor cabang dapat meningkatkan profesionalismenya dalam bidang perbankan sehingga mereka akan mampu mengantisipasi dan menghadapi setiap perubahan yang ada dengan cepat dan tepat.
2. Dalam masalah promosi hendaknya lebih ditingkatkan lagi untuk setiap produknya karena selama ini Bank Kesawan Cabang Diponegoro Medan hanya melakukan promosi untuk beberapa produk saja seperti tabungan dan deposito. Hal ini sangat penting karena tanpa adanya usaha promosi suatu produk perusahaan akan sulit untuk dikenal oleh masyarakat luas. Promosi yang dilakukan hendaknya pada setiap produk dan bukan hanya produk tabungan dan deposito saja seperti yang selama ini dilakukan oleh Bank Kesawan Cabang Diponegoro Medan.
3. Untuk lebih meningkatkan pelayanannya, Bank Kesawan Cabang Diponegoro Medan hendaknya menggunakan sarana ATM (Automatic Teller Machine) sehingga nasabah dapat setiap saat dilayani.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis persembahkan kehadiran Allah SWT atas rahmat serta bimbinganNya yang telah memberikan perlindungan, kesehatan dan ketabahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyajikan dan menyelesaikan skripsi dengan judul :

**“STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN”.**

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S-1) dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berupaya dengan seluruh kemampuan dan ilmu pengetahuan yang ada untuk menyelesaikannya, namun penulis tetap menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun susunan kalimat atau tata bahasanya masih belum begitu sempurna. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan serta menerima masukan-masukan atau saran-saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Untuk menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan-bantuan, baik moril maupun materil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :



1. Bapak Drs. Rasdianto, MS. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan juga merangkap sebagai Ketua Sidang.
2. Bapak Drs. Muslim Wijaya, MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Hj. Ratna Balqis Nasution, SE, MBA., selaku Pembimbing I, yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan demi selesainya skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Syahriandy, MSi., selaku Pembimbing II, yang telah membantu penulis menyempurnakan dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Yenny Rio Rita Siregar, selaku Sekretaris Sidang.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Administrasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Bapak Suhendro, selaku Pimpinan PT. Bank Kesawan Cabang Diponegoro Medan.
8. Bapak Susanto, selaku Pimpinan Bank Kesawan CAPEM Olympia.
9. Seluruh staf dan karyawan/karyawati PT. Bank Kesawan Medan, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data dan informasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. Penghormatan dan penghargaan yang tulus penulis berikan kepada Bapak dan Ibu serta Abang dan juga Adik, yang telah memberikan do'a restu dan bantuan serta dukungan baik secara moril maupun materil yang tidak ternilai dari memasuki bangku perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

11. Yang terkhusus Adinda tersayang : **Supriati** yang telah memberikan semangat dan dorongan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Teman-teman IPGD (Ikatan Persaudaraan Grup "D") yang selama kurang lebih 4 (empat) tahun telah bersama penulis baik suka maupun duka, teman-teman Angkatan 1997 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan seluruh Mahasiswa/mahasiswi Universitas Medan Area yang telah banyak membantu hingga selesainya perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua. Amin ya Robbal Alamin.

Medan, Agustus 2001

Penulis,

( **ASMARA HADI** )

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Alasan Pemilihan Judul .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Hipotesis .....	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian .....	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data ....	5
F. Metode Analisis .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran ....	7
B. Pengertian Pemasaran Jasa .....	15
C. Pengertian Jasa Perbankan .....	17
D. Bauran Pemasaran .....	21

BAB	III : PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	32
	B. Jasa-jasa Perbankan yang Ditawarkan .....	51
	C. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Perusahaan ....	53
	D. Hambatan yang Dihadapi dan Usaha-usaha dalam Memasarkan Jasa Perbankan .....	61
	E. Target dan Realisasi Penjualan .....	64
BAB	IV : ANALISIS DAN EVALUASI .....	68
BAB	V : KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan .....	79
	B. S a r a n .....	81
DAFTAR PUSTAKA	.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

GAMBAR :

I	: STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK KESAWAN	
	CABANG DIPONEGORO MEDAN .....	40

## DAFTAR TABEL

Halaman

### TABEL :

I : DAFTAR TINGKAT BUNGA YANG DITAWARKAN OLEH PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN DARI BEBERAPA PRODUK DALAM JANGKA WAKTU LIMA TAHUN (1996 – 2000).....	55
II : JUMLAH NASABAH PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN SELAMA TAHUN 1996 - 2000.....	56
III : TARGET DAN REALISASI PENJUALAN PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN TAHUN 1996 – 2000 .....	66
IV : JUMLAH DANA DEPOSITO PT. BANK KESAWAN CABANG DIPONEGORO MEDAN SELAMA TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 2000 .....	74

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Bank adalah Lembaga Keuangan yang merupakan suatu wadah pertukaran uang, baik dalam bentuk Rupiah maupun Asing. Dalam kegiatannya Bank berperan sebagai mobilisator dana pembangunan untuk menggerakkan kegiatan ekonomi. Jadi sistem perekonomian sangatlah mempengaruhi kegiatan perbankan.

Dalam perkembangannya jasa perbankan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat sejak diperkenalkannya teknologi baru dan adanya deregulasi di bidang perbankan.

Pesaing-pesaing baru telah memasuki pasar dengan berbagai tawaran pelayanan yang beraneka ragam dan memiliki daya tarik yang khas. Kegiatan persaingan yang sedemikian kuat itu telah menyadarkan pihak perbankan terhadap pentingnya usaha-usaha pengembangan berbagai strategi dan pengelolaan yang sukses dalam mengamankan masa depan mereka.

Kemampuan perusahaan untuk tetap berdiri dan bertahan dalam situasi perekonomian yang sedang dilanda krisis saat ini, terus dituntut untuk dapat menyusun dan melancarkan strategi yang paling

menguntungkan dalam upaya menuju dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang disusun yang dijadikan sebagai alat untuk dapat mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan hidup perusahaan (Survival) sehingga mendapatkan laba (Profit) bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mampu untuk mencapai pertumbuhan yang baik (Growth).

Penyusunan strategi pemasaran tersebut tidak hanya terbatas pada perusahaan yang menghasilkan atau memasarkan barang saja tetapi juga termasuk jasa antara lain jasa perbankan.

Bank Kesawan sebagai salah satu bank swasta yang ada di kota Medan, di samping mencari laba, bank ini juga melayani kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan, di mana orientasinya adalah mendukung dan mensukseskan pembangunan nasional untuk mendapatkan laba yang diharapkan dalam aktivitas operasionalnya dimana bank ini tidak terlepas dari penggunaan dan penerapan strategi pemasaran.

Bertitiktolak dari uraian di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana sebenarnya strategi bank sebagai lembaga keuangan dalam memasarkan jasa perbankan untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap dunia perbankan dan menuangkannya kedalam tulisan yang berbentuk skripsi dengan judul :



## DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, Marketing, Cetakan Ketiga, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1993.
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi II, Penerbit Alfabeta, Bandung, 1998.
- O.P. Simorangkir, Pengantar Pemasaran Bank, Cetakan Ketiga, Aksara Persada Indonesia, Jakarta, 1988.
- Philip Kotler, Marketing of Management, (Analysis, Planning, Implementation and Controlling), Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan, Eight Edition, I Title by Prentice Hall, Inc, New Jersey, 1995.
- , Marketing of Management (Analysis, Planning, Implementation and Controlling), Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan, Eight Edition, II Title by Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1995.
- Philip Kotler dan Armstrong, Marketing of Introduction, Terjemahan oleh Imam Nurmawan, Third Edition, I Title by Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1997.
- Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Penerbit Rajawali, Yogyakarta, 1990.
- William J. Stanton, Fundamental of Marketing, Terjemahan Sadu Sunday, Sixth Edition, II Title by Mc. Graw Hill, Inc., New York, 1993.
- , Prinsip Pemasaran, Terjemahan Sadu Sunday, Jilid II, Edisi VII, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1990.
- Yazid, Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi, Edisi I, Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia, FE-UII, Yogyakarta, 1999.
- J. Supranto, Metode Riset, Analisis dan Implikasinya, Edisi VI, Cetakan Pertama, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1997.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Penuntun Membuat Thesis, Skripsi, Disertasi, Makalah, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.