

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan sarana perbankan yang sangat efektif untuk mengelola dana individu maupun perusahaan. Dahulu bank pertama kali didirikan dalam bentuk seperti sebuah firma pada umumnya pada tahun 1690. Tetapi saat ini Bank sudah berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT) terbuka karena bank dinilai memiliki keefektifan untuk meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi dan juga dapat menolong atau memudahkan masyarakat di dalam menyimpan dan mengelola uang mereka dengan aman dan dapat menguntungkan.

Bank didirikan oleh Prof. Dr. Ali Afifuddin, SE. Menurut beliau, bank merupakan sarana yang memudahkan aktivitas masyarakat untuk menyimpan uang, dalam hal perniagaan, maupun untuk investasi masa depan. Dunia perbankan merupakan salah satu institusi yang sangat berperan dalam bidang perekonomian suatu negara (khususnya dibidang pembiayaan perekonomian).

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. Kegiatan menghimpun dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Untuk itulah, Bank dapat melakukan proses perbankannya apabila didukung oleh dana pihak ketiga (DPK) atau lebih akrab disebut dengan dana nasabah yang diinvestasikan pada bank tersebut. Antara pihak bank dan juga dana pihak ketiga atau nasabah memiliki keterkaitan yang sangat erat. Proses pemutaran dana akan berjalan efisien apabila memiliki dana segar dari nasabah. Dan begitu pula sebaliknya, nasabah akan dapat memutar dana pribadi atau perusahaan mereka di bank, dan bahkan mereka akan memperoleh keuntungan dari produk investasi yang ditawarkan oleh bank. Nasabah selaku pemilik dana dapat memilih produk investasi yang mereka inginkan sendiri. Investasi tersebut dapat berupa tabungan, deposito, giro, bank insurance atau produk investasi bank lainnya dengan memberikan bunga yang dapat menguntungkan bagi nasabah.

Disinilah dibutuhkan strategi pemasaran dan peran seorang marketing di dalam melakukan komunikasi kepada nasabah untuk memasarkan produk dan meningkatkan pemasukan dana pihak ketiga (DPK). Bank harus memiliki strategi pemasaran yang handal agar dapat mempromosikan perusahaan atau juga produk perbankan yang mereka tawarkan untuk menaikkan kurva bank tersebut. Marketing atau Pemasaran adalah suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu. Dengan adanya pemasaran konsumen tidak perlu lagi memenuhi kebutuhan pribadi secara sendiri-sendiri dengan melakukan pertukaran antara konsumen