

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Bank adalah Lembaga Keuangan yang merupakan suatu wadah pertukaran uang, baik dalam bentuk rupiah maupun asing. Dalam kegiatannya bank berperan sebagai mobilisator dan pembangun untuk menggerakkan kegiatan ekonomi.

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 menawarkan ragam promosi yang memiliki daya tarik yang khas. Kegiatan persaingan yang sedemikian kuat itu telah menyadarkan pihak perbankan terhadap pentingnya promosi usaha dilakukan secara terus menerus, guna mengamankan kehidupan masa depan mereka.

Kemampuan perusahaan untuk tetap berdiri dan bertahan, dituntut untuk dapat menyusun dan melancarkan promosi - promosi usaha yang paling menguntungkan, dalam upaya menuju dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan harus dapat menerapkan promosi yang tepat guna untuk dapat mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan hidup perusahaan (Survival) dan mendapatkan laba (Profit) bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mampu mencapai pertumbuhan yang baik

PT. Bank Sumut sebagai salah satu Badan Usaha Milik Daerah Propinsi Sumatera Utara, disamping mencari laba, bank ini juga melayani kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan, dimana orientasinya adalah mendukung dan mensukseskan pembangunan nasional. Untuk mendapatkan laba yang diharapkan dalam aktivitas-brosur operasionalnya . dimana bank ini tidak terlepas dari pengunaan dan penerapan promosi usaha yang menarik dan efisien.

Promosi-promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut antara lain :

1. Membuat brosur atau katalog.

Didalam usahanya untuk menjaring minat masyarakat menggunakan jasa-jasa perusahaan, salah satu promosi usaha yang dilakukan adalah membuat brosur. Brosur ini berisikan segala informasi-informasi kegiatan usaha dan jasa-jasa perbankan yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, seperti simpanan dalam bentuk tabungan, deposito, giro, transfer, klining, inliso, dan fasilitas pemberian kredit . Brosur-brosur ini selalu ditempatkan diarea yang mudah terlihat, seperti di area customer service dan area counter kasir. Hal ini dilakukan untuk memudahkan masyarakat untuk melihat, mengambil dan membaca promosi-promosi yang tercantum dalam brosur tersebut.

2. Souvenir.

Promosi dalam bentuk pemberian souvenir atau pemberian cinder mata dilakukan dalam event-event tertentu saja, seperti didalam pelaksanaan pameran, pembukaan kantor cabang baru dan peluncuran produk baru.