

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN E'BATARAPOS  
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk  
KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

**Laporan Magang**



**Disusun Oleh :**

**Andri Kurniawati**

**15213106**

**Program Studi Perbankan Dan Keuangan**

**Program Diploma III Fakultas Ekonomi**

**Universitas Islam Indonesia**

**2018**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN E'BATARAPOS  
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk  
KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

**Laporan Magang**

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Indonesia**

**Disusun Oleh:**

**Andri Kurniawati**

**15213106**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan  
Program Diploma III Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN E'BATARAPOS**

**PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk**

**KANTOR CABANG YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Andri Kurniawati**

**No. Mahasiswa : 15213106**

**Jurusan : Perbankan dan Keuangan**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing**

**Pada tanggal : ...06...Juli...2018.....**

**Dosen Pembimbing**



**(Rizqi Adhyka Kusumawati, S.E., M.B.A)**

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 02 Agustus 2018



Andri Kurniawati

15213106

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji kehadirat Allah SWT yang melimpahkan segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi jenjang Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam kesempatan ini penulis ini mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang mambantu penyusunan Tugas Akhir ini:

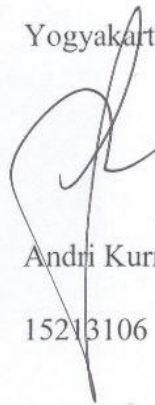
1. Allah Subhanahu WaTa'ala yang telah memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Untuk kedua orang tua penulis Suroto dan Siti Ana Zaitun, Adik, Nenek, Kakek, Paman, serta seluruh keluarga yang telah mendukung penulis baik dukungan moril atau pun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik hingga tahap akhir.
3. Dra. Nurfauziah, MM, selaku Ketua Program Fakultas Diploma III Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Aidha Trisanty SE., MM selaku ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Rizky Adhyka Kusumawati, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu, saran serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga laporan magang dapa tterselesaikan dengan baik.

6. Bapak/Ibu Dosen Perbankan dan Keuangan Universitas Islam Indonesia yang telah membekali ilmunya sehingga dapat menyelesaikan laporan magang sampai tahap akhir.
7. Karyawan Bank Tabungan Negara Cabang Yogyakarta Mba Arini, Mas Tonny, mba Lulu, Mas Fajar, ibu Ririn, Mas Tio, mba Dita, dan seluruh karyawan Bank BTN yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih telah meluangkan waktunya kepada penulis untuk bertanya mengenai isi Laporan Magang.
8. Untuk kesayangan Lilis Sabar Saputri, Ida Novia, Rizka Trisandy, Dhani Anindya, Vicky Adelyana, Nava Bella, Merlina Rahma hati terimakasih telah menyemangati saya akan tugas akhir ini harus cepat diselesaikan.
9. Untuk sahabat-sahabat saya Munakhansa Nabila, Leni Ernawati, Elma Elviananingsih, Tantri Nur Sulistyaji, Nila Cahyati, Widyatri Anggita, Intan Ariesta, Nindy terimakasih yang selalu menyemangati dan mengingatkan akan tugas akhir ini harus diselesaikan.
10. Untuk semua teman-teman Diploma III Universitas Islam Indonesia, khususnya teman-teman prodi perbankan dan keuangan yang telah menuntuh ilmu bersama-sama, terimakasih juga buat teman-teman yang menyemangati dan mengingatkan akan tugas akhir yang harus segera diselesaikan.
11. Untuk Etna dan Navi terimakasih telah membantu dan menyemangati agar tugas akhir ini segera diselesaikan.
12. Untuk Siti Fatimah dan Dhuha terimakasih telah membantu dan menjawab pertanyaan penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

13. Untuk teman-teman Fakultas Ekonomi bang Ardan, M Yon Wibowo, Cahya Nugraha, fatwa, Ilham, Sarden, Hapsari, dan teman-teman dari fakultas lain terimakasih telah menjadi nasabah penulis saat dalam proses magang.
14. Untuk temen-teman Kost Cuklat Tania Tunggadewi, Cahya Isnaini, Diah Maharani, Dputri Nurimanda, mba Yuli, kak Ulya, Nadya, Clara terimakasih selalu menyemangati dan membantu sehingga tugas akhi rini dapat diselesaikan.
15. Semua pihak yang telah membantu penyusunan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan sarannya. Namun demikian semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan

Yogyakarta, 02 Agustus 2018



Andri Kurniawati

15213106

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran .....	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang .....	1
1.2 Tujuan Magang .....	3
1.3 Target Magang .....	3
1.4 Bidang Magang .....	3
1.5 Lokasi Magang.....	4
1.6 Jadwal Magang.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Bank .....	6
2.1.1 Jenis Bank .....	6
2.1.2 Kegiatan Bank.....	12
2.2 Pengertian Pemasaran .....	18
2.2.1 Konsep Pemasaran .....	18
2.2.2 Segmentasi Pasar .....	20
2.2.3 <i>Marketing Mix</i> .....	22
BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF.....	27
3.1 Data Umum .....	27
3.1.1 Sejarah Bank Tabungan Negara.....	27
3.1.2 Visi dan Misi Bank Tabungan Negara.....	28
3.1.3 Budaya Kerja Bank Tabungan Negara .....	29
3.1.4 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara .....	31
3.1.5 Produk Tabungan BTN E'BATARAPOS .....	34
3.2 Data Khusus .....	37
3.2.1 Strategi Pemasaran Bank Tabungan Negara pada Produk Tabungan BTN E'BATARAPOS.....	37
3.2.2 Kendala Strategi Pemasaran Produk Tabungan e'BATARAPOS .....	41
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN .....	43
4.1 Kesimpulan .....	43
4.2 Saran.....	44

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Magang .....	5
Tabel 3.6 Perbedaan tabungan BTN e' BATARAPOS dan BTN BATARA .....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang .....	4
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara.....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1: Surat Keterangan Magang Kerja
- Lampiran 2: Brosur Produk Tabungan BTN e'BATARAPOS
- Lampiran 3: Formulir Pembukaan Tabungan BTN e'BATARAPOS
- Lampiran 4: Karyawan Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Yogyakarta

;

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Perbankan adalah badan usaha yang memiliki tujuannya yaitu mendapatkan keuntungan (*profit*). Kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan yang penting dan keharusan yang harus dijalankan di perbankan. Dengan adanya kegiatan pemasaran maka kebutuhan dan keinginan nasabah akan terpenuhi. Oleh karena di Dunia perbankan perlu adanya jadwal kegiatan pemasaran secara sistematis dan berkesinambungan guna untuk melakukan penelitian pasar. (Kasmir, 2010:52)

Persaingan antar bank dikarenakan penguasaan sumber daya manusia yang produktif, misalnya pada simpanan deposito, simpanan tabungan, dan penyaluran kredit yang mana produk tersebut merupakan sumber pendapatan bagi bank. Persaingan *non* harga antar bank dapat berupa hadiah atau promosi yang bertujuan untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya di sebuah perbankan. Selain itu, persaingan juga dapat berbentuk produk dan jenis pelayanan baru (*update*) kemudian didukung oleh perkembangan teknologi yang mampu menghemat biaya produksi dan distribusi. (Januar, 2013:5)

Produk bank adalah jasa yang dipasarkan kepada nasabah bank yang mana produk tersebut dapat digunakan dan dimiliki nasabah sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah tersebut. Mayoritas masyarakat mengetahui produk perbankan adalah produk tabungan, giro, deposito (simpanan), produk kredit, jasa-jasa layanan perbankan seperti kliring,

membayar listrik dan air, membayar uang kuliah, pembayaran gaji, pembayaran pensiunan, kirim uang (*transfer*), *Safe Deposit Box* (SDB), membuat kartu kredit dan jasa layanan bank lainnya. (Kasmir,2008:176)

Dalam rangka meningkatkan produk bank dan memperkenalkan produk bank kepada masyarakat maka diperlukannya strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran adalah proses yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah atau masyarakat melalui proses pertukaran barang ataupun jasa. Proses pemasaran pada saat ini adalah sebuah tantangan yang berat bagi pemasar dikarenakan banyaknya masyarakat yang telah mengetahui tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki disetiap perbankan di Indonesia. Sehingga, pemasar sulit untuk mendapatkan nasabah dari produk tersebut.

Perbankan di Indonesia memiliki dua jenis bank yaitu bank konvensional (barat) dan bank Syariah. Salah satu bank konvensional di Indonesia adalah Bank Tabungan Negara (BTN). Bank BTN merupakan bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pemerintahan sehingga BTN dapat melakukan pelayanan di wilayah Indonesia. Mayoritas masyarakat di Indonesia berpandangan bahwa BTN hanya berfokus pada produk Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Sedangkan untuk produk-produk simpanan yang terdapat di BTN memiliki banyak keunggulan-keunggulan dari bank pesaing. Dalam rangka mempermudah nasabahnya untuk melakukan transaksi Bank BTN berkerja sama dengan Kantor Pos, produk tersebut dikenal dengan nama tabungan BTN e'BATARAPOS. Tabungan BTN e'BATARAPOS adalah produk yang dimiliki oleh bank BTN yang salah satunya keunggulannya yaitu

memberikan kemudahan dalam setiap transaksinya yaitu dengan cara melakukan transaksi melalui Kantor Pos yang telah bekerja sama dengan bank BTN ataupun cabang BTN yang berada diseluruh Indonesia. Berdasarkan uraian yang dijelaskan, maka penulis tertarik mengangkat judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN E’BATARA POS PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), Tbk. KANTOR CABANG YOGYAKARTA.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan magang yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam menjual produk tabungan BTN e’BATARAPOS,
2. Untuk mengetahui kendala strategi pemasaran yang diterapkan menjual produk tabungan BTN e’BATARAPOS.

## **1.3 Target Magang**

Tujuan magang yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mampu menjelaskan strategi pemasaran yang digunakan dalam menjual Produk tabungan BTN e’BATARAPOS,
2. Mampu menjelaskan kendala strategi pemasaran yang diterapkan dalam menjual produk tabungan BTN e’BATARAPOS.

## 1.4 Bidang Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada bidang *Customer service, Marketing Funding* dan *Marketing Lending*.

## 1.5 Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang dilakukan di PT Bank Tabungan Negara (Persero). Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta Di Jalan Jendral Sudirman No. 71, Terban, Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55223. Telp (0274) 589898 Faks (0274) 561289.



Sumber: Data diolah, 2018

Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang

### 1.6 Jadwal Magang

Berdasarkan proses magang yang di mulai tanggal 05 Maret 2018 sampai tanggal 06 April 2018 yang bertujuan untuk Tugas Akhir berikut jadwal magang yang telah dilakukan:

Tabel 1.1 Jadwal Magang

NO	KETERANGAN	Februari 2018				Maret 2018				April 2018				Mei 2018				Juni 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penentuan tempat Magang																				
2	Persiapan Magang																				
3	Magang																				
4	Pembuatan Laporan Magang																				
5	Bimbingan Dosen																				

Sumber: Data diolah tahun 2018



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Bank**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang telah diubah menjadi Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 1998 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dana atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Menurut Kasmir (2006:11), Bank merupakan Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut dari masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

##### **2.1.1 Jenis Bank**

Menurut Kasmir (2010:16), jenis-jenis bank adalah sebagai berikut:

###### **(1) Dilihat dari segi fungsinya**

Menurut undang-undang perbankan No. 7 Tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya undang-undang RI No. 10 tahun 1998, jenis perbankan berdasarkan fungsinya terdiri dari:

1. Bank Umum, merupakan bank yang kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang mana didalam bank tersebut kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Jasa yang diberikan adalah umum sehingga dapat memberikan seluruh

jasa perbankan yang ada kepada nasabah yang membutuhkannya. Aktivitas wilayah bank umum dapat dilakukan di dalam negeri ataupun luar negeri.

2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), merupakan bank yang kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah. Kegiatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ini tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran sehingga jasa-jasa perbankan yang ditawarkan jauh lebih sedikit dibandingkan dengan kegiatan jasa bank umum.

(2) Dilihat dari segi kepemilikan

Bank dilihat dari segi kepemilikan adalah siapa saja yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan bank dapat dilihat dari akta pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan. Jenis bank berdasarkan kepemilikannya terdiri dari:

1. Bank Milik Pemerintah, merupakan bank milik pemerintah merupakan bank yang akta pendirian dan modal bank sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia, oleh karena itu keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah.
3. Bank Milik Swasta Nasional, merupakan bank milik swasta nasional merupakan bank yang seluruh dan sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Bank Umum, merupakan bank yang kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang mana didalam bank tersebut kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Jasa yang diberikan adalah umum sehingga dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada kepada nasabah yang membutuhkannya. Aktivitas wilayah bank umum dapat dilakukan di dalam negeri ataupun luar negeri.

4. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), merupakan bank yang kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah. Kegiatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ini tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran sehingga jasa-jasa perbankan yang ditawarkan jauh lebih sedikit dibandingkan dengan kegiatan jasa bank umum.

(2) Dilihat dari segi kepemilikan

Bank dilihat dari segi kepemilikan adalah siapa saja yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan bank dapat dilihat dari akta pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan. Jenis bank berdasarkan kepemilikannya terdiri dari:

2. Bank Milik Pemerintah, merupakan bank milik pemerintah merupakan bank yang akta pendirian dan modal bank sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia, oleh karena itu keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah.
3. Bank Milik Swasta Nasional, merupakan bank milik swasta nasional merupakan bank yang seluruh dan sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional. Kepemilikan dapat diketahui dari akta

pendiriannya didirikan oleh swasta, oleh karena itu pembagian keuntungan dimiliki oleh swasta.

4. Bank Milik Koperasi, merupakan bank milik koperasi merupakan bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi dan beraktivitas di dalam negeri.
5. Bank Milik Asing, merupakan Bank milik asing merupakan bank yang kepemilikannya sepenuhnya dimiliki oleh luar negeri yang berada Indonesia. Bank Asing ini adalah cabang dari bank yang ada diluar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing.
6. Bank Milik Campuran, merupakan Bank milik campuran merupakan bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh kedua belah pihak, yaitu dalam negeri (Indonesia) dan luar negeri (Asing). Oleh karena itu, kepemilikan saham bank campuran ini dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Komposisi kepemilikan saham sebagian besar dipegang oleh warga Indonesia.

### (3) Dilihat dari Segi Status

Bank dilihat dari segi status adalah dapat melayani masyarakat terutama bank umum. Status ini memperlihatkan kemampuan bank dalam melayani produk dan pelayanan jasa. Dalam rangka untuk mendapatkan status tertentu, sebuah bank harus mendapatkan penilaian dan kriteria yang baik. Jenis bank dilihat dari segi status terdiri dari:

1. Bank Devisa, merupakan bank yang dapat melakukan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara. Contoh transaksi keluar negeri adalah transfer keluar negeri.
2. Bank *non* Devisa, merupakan bank yang belum memiliki izin melakukan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melakukan transaksi seperti halnya bank Devisa sehingga bank *non* Devisa adalah bank yang hanya dapat melakukan transaksi di dalam negeri.

(4) Dilihat dari Segi Cara Menentukan Harga.

Bank dilihat dari segi menentukan harga adalah bank yang dalam menentukan keuntungan (*profit*) dan menentukan harga kepada nasabah memiliki perbedaan prinsip. Bank dilihat dari segi cara menentukan harga terdiri dari:

1. Bank yang berdasarkan Prinsip Konvensional (Barat), merupakan bank yang mencari keuntungan dan menentukan harga pada nasabah, bank yang berprinsip konvensional (barat) ini menggunakan dua metode, yaitu:
  - a. menetapkan bunga sebagai harga untuk produk simpanan seperti giro, tabungan, ataupun deposito. Demikian pula untuk produk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu.

- b. untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan konvensional menggunakan atau menerapkan berbagai biaya dalam nominal tertentu.
2. Bank yang berdasarkan Prinsip *syariah* (Islam), merupakan bank yang dasar hukumnya Islam (Al Quran dan sunah rasul) antara bank dengan pihak yang menyimpan dana, pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip *syariah* adalah sebagai berikut:
- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*);
  - b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*);
  - c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*);
  - d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*);
  - e. Adanya pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari bank kepada nasabah yang telah menyewa barang tersebut (*ijarah muntahiyah bittamlik*). Bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan biaya-biaya jasa haruslah sesuai dengan syariah Islam. Sumber penentuan harga atau pelaksanaan kegiatan bank yang prinsip syariah dasar hukumnya adalah Al Quran dan Hadist (Sunnah Rasul).

### 2.1.2 Kegiatan Bank

Menurut Kasmir (2010:33) kegiatan bank umum adalah sebagai berikut:

#### (1) Menghimpun Dana (*Funding*)

Menghimpun dana adalah kegiatan bank untuk mencari dana dari masyarakat dengan cara menawarkan semua jenis produk simpanan yang ada di bank. Produk simpanan yang ada di bank biasanya disebut dengan nama rekening. Jenis-jenis simpanan adalah sebagai berikut:

1. Simpanan Giro (*Demand Deposit*), adalah simpanan nasabah yang ada di bank yang mana penarikannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau bilyet giro. Rekening giro mayoritas digunakan untuk perorangan maupun perusahaannya.
2. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*) adalah simpanan nasabah yang ada di bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai persyaratan yang telah ditetapkan oleh bank. Penarikannya simpanan tabungan dilakukan dengan menggunakan kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM), slip penarikan yang disediakan oleh bank, buku tabungan dan sarana lainnya.
3. Simpanan Deposito (*Time Deposit*) adalah simpanan nasabah yang ada di bank dan memiliki ketentuan dengan jangka waktu tertentu (jatuh tempo) sesuai dengan kesepakatan nasabah. Penarikannya dilakukan sesuai jangka waktu (jatuh tempo) dengan menggunakan bilyet deposito atau sertifikat deposito. Jenis deposito yang di

perbankan, misalnya: deposito berjangka, sertifikat deposito, dan deposito *on call*.

## (2) Menyalurkan Dana (*Lending*)

Menyalurkan Dana adalah kegiatan menjual dana yang telah dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Penyaluran dana perbankan dilakukan dengan cara memberikan pinjaman dana atau sering disebut masyarakat dengan kredit. Sebelum bank memberikan dana atau kredit diberikan kepada masyarakat bank terlebih dahulu memeriksa kelayakan nasabah yang mengajukan kredit tersebut, guna untuk mengurangi resiko kredit. Jenis-jenis kredit adalah sebagai berikut:

1. Kredit Investasi adalah kredit yang diberikan kepada pengusaha atau perusahaan yang kegiatannya melakukan investasi. Kredit investasi merupakan kredit yang memiliki jangka waktu yang relative panjang dari jenis kredit yang lain yaitu di atas satu tahun.
2. Kredit Modal kerja adalah kredit yang diberikan kepada masyarakat yang digunakan sebagai modal usaha yang akan dilakukan oleh nasabah tersebut. Kredit modal kerja merupakan kredit yang berjangka waktu pendek yaitu kurang lebih dari satu tahun.
3. Kredit Perdagangan adalah kredit yang diberikan kepada pedagang yang digunakan untuk memperlancar kegiatan usaha dagangannya.
4. Kredit Produksi adalah kredit yang dapat berupa investasi, modal kerja atau perdagangan. Kredit ini diberikan kepada nasabah guna



untuk dikelola menjadi usaha sehingga pengembalian atau pembayaran kredit didapat dari hasil usahanya.

5. Kredit Konsumtif adalah kredit yang diberikan kepada nasabah guna untuk kepentingannya pribadi. Kredit konsumtif biasanya digunakan oleh nasabah untuk keperluan konsumsi, membeli rumah, pakaian dan lain sebagainya.
6. Kredit Profesi adalah kredit yang diberikan kepada nasabah yang berkategori profesional dalam pekerjaannya. Pekerjaan profesional contohnya adalah dokter, pengacara, dosen dan lain sebagainya.

### (3) Memberikan Jasa-jasa Bank Lainnya (*Services*)

Memberikan jasa-jasa bank lainnya adalah kegiatan pelayanan dan kegiatan yang menunjang kegiatan. Pelayanan jasa di bank sangat memberikan keuntungan (*profit*) bagi nasabah dan bank. Semakin banyak dan lengkap jasa-jasa yang terdapat di bank tersebut maka semakin baik. Pelayanan jasa-jasa yang diberikan oleh perbankan membutuhkan keunggulan-keunggulan teknologi yang dimilikinya. Jenis jasa-jasa bank adalah sebagai berikut:

1. Jasa Kiriman uang (*transfer*) adalah jasa layanan yang diberikan bank untuk melakukan proses pengiriman uang melalui bank. Pengiriman uang bank melayani pengiriman di bank yang sama atau bank berbeda. Pelayanan ini juga dapat melayani pengiriman uang dengan tujuan luar daerah, luar kota, provinsi ataupun luar negeri.

2. Kliring (*Clearing*) adalah jasa layanan bank yang melakukan penagihan warkat yaitu surat-surat berharga seperti cek dan bilyet giro. Warkat tersebut berasal dari bank yang terdapat di dalam kota. Proses kliring ini membutuhkan waktu kurang lebih satu hari.
3. Inkaso (*Collection*) adalah jasa layanan bank yang melakukan penagihan warkat yaitu surat-surat berharga seperti cek dan bilyet giro. Warkat tersebut berasal dari bank yang terdapat di luar kota atau luar negeri. Proses inkaso ini membutuhkan waktu yang cukup lama sesuai dengan jarak lokasi penagihannya yaitu satu minggu dan satu bulan.
4. *Safe Deposit Box* (SDB) adalah jasa layanan bank yang diberikan untuk membantu nasabah dalam menyimpan surat-surat berharga dan barang berharganya. *Safe Deposit Box* yang terdapat di bank terjamin keamanannya. Nasabah yang menggunakan jasa ini dikenakan biaya sewa sesuai dengan ukuran box dan jangka waktu. Barang-barang yang diperbolehkan untuk nasabah simpan di dalam *Safe Deposit Box* sebagai berikut :
  - Mata uang, barang-barang berharga, logam mulia;
  - Kertas berharga, sertifikat, atau dokumen penting lainnya;
  - Barang barang lain yang disetujui oleh bank secara tertulis.
5. Bank *Card* adalah jasa layanan yang diberikan oleh nasabah dalam bentuk kartu. Mayoritas masyarakat mengenal dengan nama kartu kredit atau uang plastik. Kartu yang diberikan tersebut dapat

digunakan oleh nasabah untuk membayar belanjaan dan menarik uang tunai di anjungan tunai mandiri (ATM).

6. Bank *Notes* adalah jasa layanan yang diberikan oleh nasabah guna untuk penukaran valuta asing. Dalam rangka untuk penukaran(jual beli) bank *notes* menghitungnya dengan nilai tukar mata uang rupiah dan mata uang asing (*Dollar*).
7. Bank Garansi adalah jasa layanan yang diberikan kepada nasabah berupa jaminan pembayaran kepada suatu usaha, baik perorangan, maupun *non* perorangan dalam bentuk surat jaminan.
8. Bank *Draft* (wesel bank) adalah cek yang dapat diambil suatu bank yang mana dananya terdapat di bank lain. *Draft* (wesel) adalah surat perintah tertulis tanpa syarat yang berikan kepada seseorang yang menerimanya dan *draft* ini dapat diperjual belikan jika nasabah membutuhkan.
9. *Letter of Credit* (L/C) adalah jasa layanan bank yang diberikan kepada masyarakat guna untuk memperlancar arus barang (*ekspor-impor*) maupun barang dalam negeri yang akan dikirim (antar pulau). Layanan jasa *Letter of Credit* (L/C) memiliki berbagai macam jenis, sehingga masyarakat tersebut dapat memilih sesuai dengan kondisi masyarakat tersebut.
10. Cek Wisata (*Travellers Cheque*) adalah jasa layanan bank yang berikan guna untuk mempermudah nasabah saat berpergian. Cek Wisata (*Travellers Cheque*) dicairkan di kantor-kantor bank yang

mengeluarkan cek atau pihak-pihak yang ditunjuk dapat mencairkan cek tersebut. Cek wisata ini dikeluarkan oleh bank dalam pecahan-pecahan tertentu.

11. Menerima setoran-setoran jasa layanan bank yang membantu nasabahnya untuk melakukan pembayaran dengan cara menampung setoran diberbagai tempat misalnya seperti pembayaran listrik, telepon, air dan lainnya.
12. Melayani pembayaran-pembayaran layanan dan jasa bank yang membantu nasabah guna untuk melakukan pembayaran yang diperintahkan oleh nasabahnya seperti: membayar gaji, membayar pensiunan dan lainnya.
13. Bermain di dalam pasar modal adalah kegiatan bank yang membantu memberikan surat-surat berharga di pasar modal. Bank di dalam pasar modal dapat bertindak sebagai bank sebagai penjamin emisi (*underwriter*), bank sebagai penjamin (*guarantor*), bank sebagai wali amanat (*trustee*), bank sebagai perantara pedagang efek (*broker*), bank sebagai pedagang efek (*dealer*), bank sebagai perusahaan pengelola dana (*investment company*).

## **2.2 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah melalui produk dan jasa layanan. Sehingga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan masyarakat atau nasabah dibutuhkan riset pemasaran. Melalui riset pemasaran perusahaan dapat mengetahui sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat atau nasabah tersebut (Kasmir,2010:53).

Pemasaran adalah salah satu unsur terpenting dalam sebuah perusahaan sehingga harus dijalankan secara professional sehingga keinginan dan kebutuhan nasabahnya dapat terpenuhi.

Pemasaran adalah suatu kegiatan masyarakat yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Namun, pemasaran tidak hanya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat saja akan tetapi juga memperhatikan pihak-pihak yang ada di dalam pemasaran tersebut (Danang, 2012:19).

### **2.2.1 Konsep pemasaran**

Kegiatan pemasaran memiliki konsep dan setiap konsep tersebut memiliki tujuan yang berbeda-beda. Menurut Kasmir (2010:58) terdapat 5 (lima) konsep pemasaran yang masing-masing konsep bersaing satu sama lainnya. Konsep ini banyak digunakan sebagai dasar untuk pemasaran perusahaan. Konsep pemasaran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

(1) Konsep Produksi merupakan konsep pemasaran yang menjelaskan bahwa masyarakat akan menyukai produk yang telah diproduksi dan

membeli sesuai dengan kemampuan masyarakat tersebut. Konsep ini berfokus kepada pengembangan kemampuan distribusi dan kemampuan produksi. Sehingga konsep ini berfokus pada jumlah distribusi dan produksi sebanyak-banyaknya dengan harga yang ditawarkan kepada masyarakat rendah.

- (2) Konsep Produk merupakan konsep pemasaran yang menjelaskan bahwa masyarakat akan menyukai produk yang mengutamakan kualitas, kinerja dan keunggulan yang unggul dari produk lain. Konsep pemasaran produk sering digunakan pada pemasaran produk elektronik dan karya seni.
- (3) Konsep Penjualan merupakan konsep pemasaran yang menjelaskan bahwa masyarakat tidak tertarik dan membeli produk jika masyarakat tersebut diyakini dan dibujuk maka masyarakat tersebut berpeluang untuk membelinya. Konsep penjualan pemasaran ini banyak ditemukan pada produk asuransi. Pada konsep penjualan ini haruslah melakukan promosi secara terus-menerus.
- (4) Konsep Pemasaran merupakan kunci utama dari pemasaran guna untuk mendapatkan target perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat (pasar sasaran) dibandingkan dengan perusahaan lain. Pasar sasaran merupakan nasabah (pelanggan) yang telah dipilih untuk memberikan layanan dengan program yang telah ditentukan.
- (5) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan merupakan konsep yang menentukan bahwa tugas perusahaan adalah memutuskan kebutuhan,

tujuan, dan ketertarikan pasar sasaran. Memberikan layanan sesuai dengan keinginan masyarakat dengan tepat dari pesaing dapat menjaga kesejahteraan masyarakat. Konsep pemasaran kemasyarakatan berfokus pada pentingnya etika dan aspek sosial dalam melakukan pemasaran.

### **2.2.2 Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar merupakan kegiatan untuk menentukan atau membagikan pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli sesuai dengan karakteristik dan keinginan kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda sehingga dapat mempermudah jika terdapat pembeli atau masyarakat yang akan memerlukan cara pemasaran sendiri. Di perbankan proses segmentasi pasar ini sangat mempermudah untuk memasarkan produknya.

Menurut kasmir (2010:101), segmentasi pasar terdapat dua jenis segmentasi yaitu segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial, keduanya tidak memiliki banyak perbedaan namun terdapat faktor utama yang harus dilakukan ketika melakukan segmentasi pasar. Faktor utama dari segmentasi pasar konsumen dan industrial adalah sebagai berikut:

(1) Segmentasi pasar konsumen faktor utamanya adalah sebagai berikut:

1. Segementasi berdasarkan geografik, merupakan segementasi yang dilakukan berdasarkan wilayah-wilayah tertentu misalnya: jenis bangsa, provinsi, kecamatan, desa, dan lainnya;

2. Segmentasi berdasarkan demografik, merupakan segmentasi yang dilakukan berdasarkan kependudukan secara umum misalnya: agama, pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, tingkat sosial dan lainnya;
  3. Segmentasi berdasarkan psikografik, merupakan segmentasi berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut: karakteristik pribadi, kelas sosial, gaya hidup dan lainnya;
  4. Segmentasi berdasarkan perilaku, merupakan segmentasi berdasarkan kebiasaan atau tingkah laku masyarakat misalnya: pengetahuan, sikap, kegunaan, dan lainnya.
- (2) Segmentasi pasar industrial faktor utamanya adalah sebagai berikut:
1. Segmentasi berdasarkan demografik merupakan segmentasi pasar kriteria yang ada misalnya: ukuran perusahaan, lokasi perusahaan, jenis industri dan lainnya;
  2. Segmentasi industrial berdasarkan karakteristik pengoperasiannya misalnya karakteristik hidup, teknologi yang digunakan, gaya hidup dan lainnya;
  3. Segmentasi industrial berdasarkan pendekatan dengan pembeli misalnya: kriteria pembeli, sifat hubungan dengan pembeli, kebijakan pada saat membeli dan lainnya;
  4. Segmentasi berdasarkan karakteristik personal industri misalnya: sikap terhadap risiko yang akan terjadi, kesamaan dengan pembeli, dan lainnya;



5. Segmentasi berdasarkan faktor situasional misalnya pengguna khusus atau pembeli khusus, besarnya pesanan, kepentingan dan lainnya.

### **2.2.3 Marketing Mix**

Kegiatan paling penting dalam perbankan adalah pemasaran produk-produk perbankan kepada masyarakat dikarenakan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan. Semakin banyak masyarakat menggunakan produk tersebut maka semakin banyak pula pendapatan yang didapat. Oleh karena itu marketing harus menyusun strategi pemasaran yang sesuai agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

*Marketing mix* adalah proses strategi gabungan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai target di dalam bidang pemasaran. Gabungan *marketing mix* dilakukan secara terus menerus. Penerapan dan pelaksanaan komponen dilakukan haruslah memperhatikan komponen satu dan komponen lainnya agar dapat mencapai tujuannya dan komponen ini tidak dapat dijalankan sendiri-sendiri (Kasmir, 2010:119)

Menurut Hermawan (2012:31) *marketing mix* adalah gabungan dari empat konsep yaitu produk, promosi, harga dan distribusi. Gabungan yang ada pada konsep *marketing mix* haruslah dilakukan secara teratur. Oleh karena itu penerapannya harus memperhatikan satu konsep dengan konsep lainnya karena konsep satu dan konsep lainnya saling berhubungan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Adapun empat (4) konsep adalah sebagai berikut:

1. Strategi Produk (*product*) merupakan gabungan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar (masyarakat). Strategi produk (*product*) seperti: kualitas, desain, fitur, nama, dan kemasan;
2. Strategi Harga (*price*) merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan (masyarakat) untuk memperoleh produk dan lainnya. Strategi harga (*price*) seperti: pemotongan harga, daftar harga dan lainnya;
3. Strategi Promosi (*promotion*) merupakan aktivitas untuk menyampaikan manfaat produk kepada pelanggan (masyarakat) untuk membelinya. Strategi promosi (*promotion*) meliputi: iklan produk dan promosi penjualan;
4. Strategi Distribusi (*place*) merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia dan terjangkau bagi pelanggan. Strategi distribusi (*place*) seperti: lokasi, saluran, distribusi, persediaan dan transportasi.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (IBI) (2014:187), *Marketing mix* merupakan pembauran pemasaran yang terdiri dari empat (4) P, yaitu *Product*, *Price*, *Promotion* dan *place*. Namun untuk perusahaan jasa keuangan terutama pada perbankan marketing *mix* tersebut ditambah tiga (3) P, yaitu *People*, *Procces* dan *Physical Evidence*. Adapun penjelasan dari penerapan *marketing mix* tersebut adalah sebagai berikut:

- (1) Produk (*Product*) adalah perlengkapan yang sangat diperhatikan dalam pemasaran misalnya sistem, pelayanan bentuk, kualitas dan lainnya.

Produk perbankan adalah jasa layanan yang memiliki banyak jenis produk harus dijual dan dibeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Produk yang dijual misalnya kredit jangka pendek, kredit jangka panjang, kredit usaha, kredit pertanian, dan lainnya sedangkan produk yang dibeli misalnya tabungan, giro, deposito berjangka dan lainnya. Produk bank juga memberikan layanan jasa atau *servis* misalnya *transfer* uang, *safe deposit box* dan lainnya. Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

1. Logo dan Motto merupakan ciri khas yang harus dimiliki oleh produk dan kata-kata yang dirangkai sedemikian rupa dalam rangka untuk mengenali layanan yang diberikan produk,
  2. Merek merupakan sesuatu yang diperlukan untuk mengenali produk dan jasa yang ditawarkan,
  3. Kemasan merupakan pemberian pelayanan jasa kepada nasabah atau masyarakat,
  4. Label merupakan suatu yang lekat dengan produk yang ditawarkan kepada masyarakat,
- (2) Harga (*Price*) adalah harga dari produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan hal yang penting diperhatikan dikarenakan harga adalah penentu laku tidaknya produk dan jasa layanan tersebut. Perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional harga adalah bunga, biaya administrasi biaya sewa, biaya kirim dan lainnya. Namun perbankan yang berdasarkan prinsip *syariah* bunga

adalah bagi hasil. Tujuan adanya penentuan harga adalah untuk memaksimalkan laba, mengangkat kualitas produk, memperlebar *market share*, dan membandingkan harga dengan pesaing.

(3) Promosi (*Promotion*) adalah kegiatan promosi produk dan jasa perbankan untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya secara langsung atau tidak langsung, tanpa adanya promosi masyarakat tidak dapat mengenali produk dan jasa tersebut. Jenis sarana yang banyak diterapkan di perbankan yaitu sebagai berikut:

1. Iklan merupakan jenis sarana yang digunakan untuk memberitahu, menarik, dan mempengaruhi masyarakat untuk menggunakannya. Sarana promosi dalam bentuk iklan seperti koran, televisi, dan lainnya,
2. Promosi penjualan merupakan jenis sarana yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan kepada nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan ini dilakukan agar masyarakat segera membeli produk dan jasa yang ditawarkan,
3. Promosi publisitas merupakan kegiatan nasabah untuk meningkatkan status bank. Kegiatan promosi publisitas dilakukan melalui pameran, *event* dan lainnya,
4. Penjualan pribadi merupakan penjualan yang sering dilakukan oleh *customer service* dikarenakan pada hal ini *customer service* melayani pelayanan yang mana dapat menarik calon nasabahnya

dengan berbagai cara agar masyarakat tersebut mau menggunakan produk yang ditawarkan.

- (4) Saluran Distribusi (*Place*) merupakan saluran distribusi produk dan jasa layanan berupa kantor cabang yang menyediakan secara langsung produk dan jasa layanannya tersebut. Kegiatan ini adalah penentuan lokasi kantor cabang, pembantu atau kas. Dalam menentukan lokasi suatu bank terdapat pertimbangan yang harus dilakukan misalnya banyaknya pesaing, dekat dengan kantor, dekat dengan pasar dan lainnya.
- (5) Orang (*People*) merupakan karyawan yang bekerja dalam bank tersebut dan dituntut untuk melayani nasabah secara optimal sehingga nasabah merasa nyaman, aman dan tidak berpindah ke bank lainnya.
- (6) Prosedur (*Process*) merupakan prosedur, persyaratan, ketentuan yang ada dalam produk atau jasa layanan perbankan. Proses akan menghasilkan sebuah penilaian dari nasabah. Nasabah menyukai proses atau pelayanan dengan cepat.
- (7) Bukti dan fisik (*Physical Evidence*) merupakan kondisi ruangan bank, aroma ruangan bank, dekorasi ruangan bank, dan lainnya. Kegiatan atau kondisi ini untuk pelayanan yang diberikan untuk nasabah yang datang ke kantor bank agar menjaga suasana kenyamanan nasabah.

## **BAB III**

### **ANALIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 DATA UMUM**

##### **3.1.1 Sejarah Bank Tabungan Negara**

Bank Tabungan Negara (BTN) merupakan salah satu bank milik pemerintahan dan berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Asal mula berdirinya Bank Tabungan Negara (BTN) berawal dari berdirinya Postparbank di Batavia tahun 1897 saat zaman pemerintahan Belanda.

Postparbank diambil alih oleh pemerintahan Jepang dan diubah namanya menjadi Tyokin Kyoku pada tanggal 1 April 1942. Tyokin Kyoku diubah namanya menjadi Kantor Tabungan Pos RI, pengantian nama tersebut setelah Kemerdekaan Negara Republik Indonesia Merdeka. Kemudian Bank Tabungan Pos RI adalah satu-satunya lembaga keuangan di Indonesia dan pemerintah mengubah namanya menjadi Bank Tabungan Pos pada tanggal 9 Februari 1950.

Menurut Undang-Undang No. 4 tahun 1963 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 62 tahun 1963 tanggal 1963, ditetapkan bahwa bank Tabungan Pos telah resmi diubah namanya menjadi Bank Tabungan Negara (BTN) dan berkembang dari sebuah unit menjadi induk yang independent.

Pada tanggal 29 Januari 1974 dengan adanya Surat Menteri Keuangan RI NO.B-49/MK/1974 Bank Tabungan Negara (BTN) ditunjuk oleh pemerintah Indonesia sebagai tempat masyarakat untuk memperoleh pembiayaan proyek perumahan. Maka dari itu, dimulai pada tahun 1976

Bank Tabungan Negara (BTN) mulai merealisasikan Kredit Pemilihan Rumah (KPR), seiring berjalannya waktu Bank Tabungan Negara (BTN) merupakan Lembaga keuangan yang memfokuskan pada pengembangan bisnis perumahan di Indonesia disebut dengan nama produk KPR BTN.

Bank Tabungan Negara (BTN) pun semakin berkembang dan telah mengeluarkan obligasi pada tahun 1989. Bank BTN berhasil dalam bisnis perumahan, sehingga mengubah statusnya pada tahun 1992 menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero). Setelah menggunakan status persero bank BTN dapat beroperasi sebagai bank umum.

Pada tahun 1994 Bank BTN meningkatkan statusnya yaitu sebagai bank Konvensional menjadi Bank Devisa. Berdasarkan surat No. 5-544/MMBU/2002 menetapkan bahwa Bank BTN adalah Bank umum dengan mengutamakan bisnis pembiayaan rumah tanpa adanya subsidi.

Pada tahun 2017 bank BTN menerima penghargaan dalam ajang Anugerah Perbankan VI 2017 Peringkat pertamasebagai bank terbaik di Indonesia tahun 2017.

### **3.1.2 Visi dan Misi Bank Tabungan Negara**

Bank Tabungan Negara memiliki visi yaitu terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga, dan memiliki misi yaitu:

- (1) Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia;

- (2) Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangan keluarga;
- (3) Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital;
- (4) Menyiapkan dan mengembangkan *human capital* yang berkualitas, profesional, dan memiliki banyak integritas tinggi;
- (5) Meningkatkan *share holder value* dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance*;
- (6) Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

### **3.1.3 Budaya kerja Bank Tabungan Negara**

Bank Tabungan Negara memiliki 5 Nilai Budaya Perusahaan yang menjadi dasar kerja bagi seluruh karyawan dalam berperilaku saat bekerja guna untuk mencapai visi, yaitu:

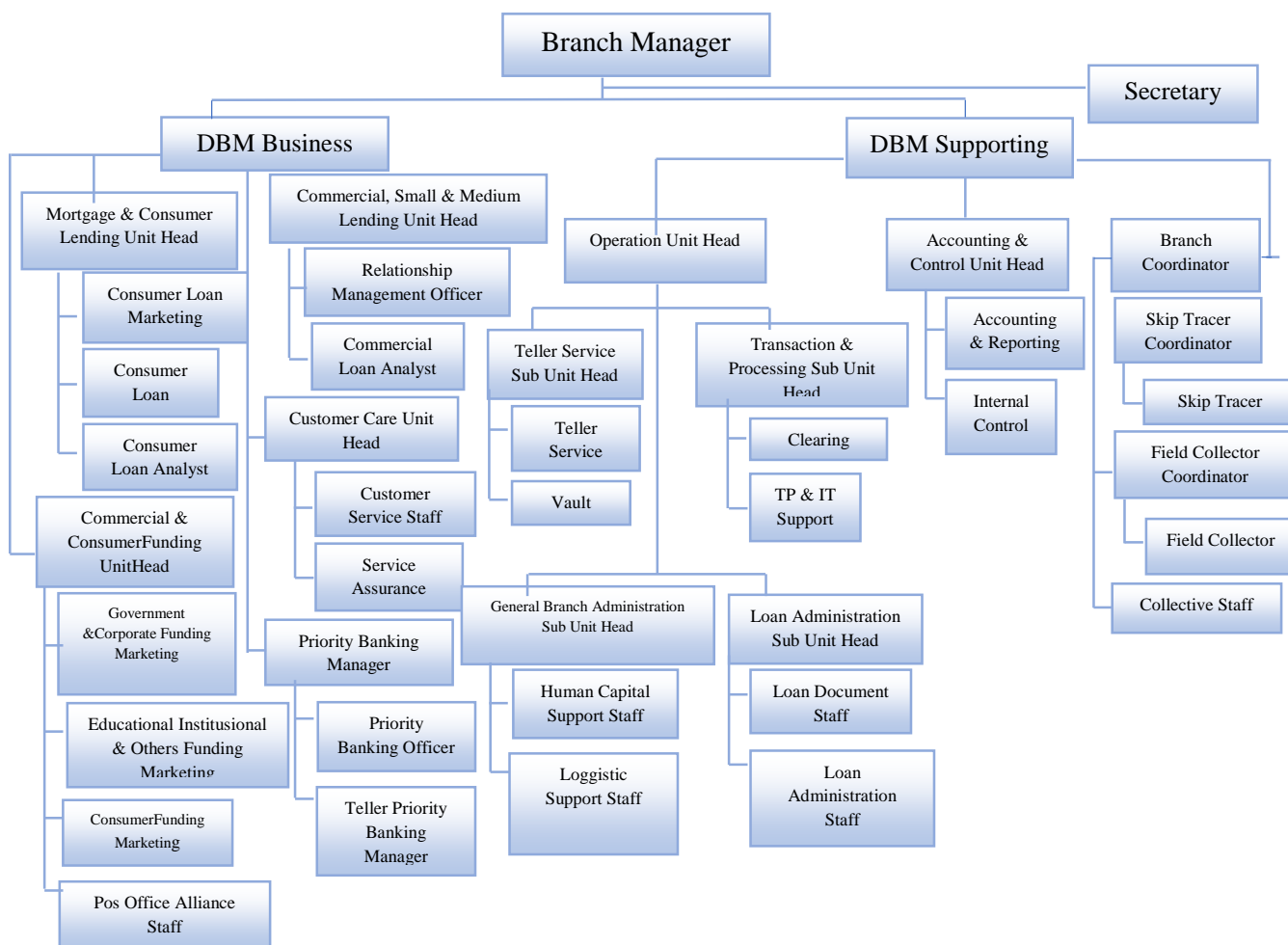
- (1) Sinergi Membangun kerjasama yang sinergis dengan seluruh *stakeholders* dilandasi dengan sikap tulus, terbuka dan mendorong kolaborasi yang produktif, menjunjung tinggi sikap saling percaya dan menghargai untuk mencapai tujuan Bersama;
- (2) Integritas Konsisten antara pikiran, perkataan dan tindakan sesuai dengan ketentuan perusahaan, kode etik profesi dan prinsip-prinsip kebenaran yang terpuji;



- (3) Inovasi Senantiasa mengembangkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan yang memberi nilai tambah bagi perusahaan;
- (4) *Profesionalisme Visioner*, kompeten di bidangnya, selalu mengembangkan diri dengan teknologi terkini sehingga menghasilkan kinerja terbaik;
- (5) Mencapai Keunggulan Menunjukkan semangat dan komitmen yang kuat untuk mencapai hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (*internal* dan *eksternal*) dengan menempatkan pentingnya aspek kualitas di setiap kegiatan serta risiko yang telah diperhitungkan.

### 3.1.4 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara

Berikut struktur organisasi Bank Tabungan Negara kantor cabang Yogyakarta:



Sumber: Bank Tabungan Negara, 2018

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara

Dari gambar tersebut dapat dilihat struktur organisasi Bank Tabungan Negara yang memiliki jumlah karyawan 128 orang dengan penempatan sebagai berikut:

- |   |           |
|---|-----------|
| (1) Kepala Cabang ( <i>Branch Manager</i> ) | : 1 Orang |
| (2) Sekertaris ( <i>Secretary</i> )         | : 1 Orang |

(3) <i>Deputi Branch Manager Business (DBM Business)</i>	: 1 Orang
(4) <i>Mortgage and Consumer Lending Unit Head</i>	: 1 Orang
(5) <i>Consumer Loan Marketing</i>	: 3 Orang
(6) <i>Consumer Loan Service Staff</i>	: 13 Orang
(7) <i>Consumer Loan Analyst</i>	: 3 Orang
(8) <i>Commercial &amp; Consumer Funding Unit Head</i>	: 1 Orang
(9) <i>Consumer Funding Marketing</i>	: 7 Orang
(10) <i>Post Office Aliance Staff</i>	: 3 Orang
(11) <i>Government and Corporate Funding Marketing</i>	: -
(12) <i>Educational Institutional and Other Marketing</i>	: 2 Orang
(13) <i>Customer Care Unit Head</i>	: 1 Orang
(14) <i>Costumer Service Staff</i>	: 24 Orang
(15) <i>Service Assurance</i>	: 1 Orang
(16) <i>Commercial, Small, &amp; Madium Lending Unit Head</i>	: 1 Orang
(17) <i>Relationship Management Officer</i>	: 1 Orang
(18) <i>Commercial Loan Analyst</i>	: 2 Orang
(19) <i>Priority Banking Manager</i>	: 1 Orang
(20) <i>Priority Banking Officer</i>	: 3 Orang
(21) <i>Teller Priority Banking</i>	: 1 Orang
(22) <i>Deputy Branch Manager Supporting</i>	: 1 Orang
(23) <i>Operation Unit Head</i>	: 1 Orang
(24) <i>Teller Service Sub Unit Head</i>	: 1 Orang
(25) <i>Teller Service Staff</i>	: 17 Orang

(26) <i>Vault Staff</i>	: 1 Orang
(27) <i>Trancastion &amp; Processing Sub Unit Head</i>	: 1 orang
(28) <i>Clearing staff</i>	:1 Orang
(29) <i>Transaction Processing andIT Support</i>	: 1 Orang
(30) <i>General Administration Sub Unit Head</i>	: 1 Orang
(31) <i>Human Capital Support Staff</i>	: 2 Orang
(32) <i>Logistic Support Staff</i>	:1 Orang
(33) <i>Loan Administration Sub Unit Head</i>	: 3 Orang
(34) <i>Loan Administration Staff</i>	: 3 Orang
(35) <i>Loan Document Staff</i>	: 1 Orang
(36) <i>Accounting &amp;Control Unit Head</i>	: 1 Orang
(37) <i>Accounting and Reporting</i>	:2 Orang
(38) <i>Internal Control</i>	: 1 Orang
(39) <i>Branch Coordinator</i>	:13 Orang
(40) <i>Skip Tracer Coordinator</i>	:2 Orang
(41) <i>Field Collector Coordinator</i>	: 1 Orang
(42) <i>Field Collector</i>	: 2 Orang
(43) <i>Collective Staff</i>	: 1 Orang

### 3.1.6 Produk Tabungan BTN E'BATARAPOS

Tabungan BTN e'BATARAPOS merupakan produk tabungan bank BTN yang bekerja sama dengan PT Pos Indonesia. Dengan adanya kerja sama ini maka masyarakat yang menggunakan produk ini dipermudah pada pelayanannya selain dapat bertransaksi melalui cabang BTN produk ini dapat melakukan transaksi melalui kantor pos yang telah bekerjasama dengan bank BTN.

Tabungan BTN e'BATARAPOS dapat digunakan oleh perorangan dan lembaga. Syarat yang diperlukan untuk membuka tabungan BTN e'BATARAPOS tersebut adalah sebagai berikut:

#### (1) Perorangan

Syarat yang diperlukan untuk perorangan adalah sebagai berikut:

1. Foto *copy* KTP/SIM/Kertu Pelajar;
2. Mengisi dan mendatangi formulir data nasabah atau *Customer Information Formulir* (CIF);
3. Meberikan setoran awal minimal Rp50.000,00

#### (2) Lembaga

Syarat yang diperlukan untuk lembaga adalah sebagai berikut :

1. Foto *copy* Akta Pendirian/ Aturan Dasar dan dan Aturan Rumah Tangga (AD dan ART) lembaga tersebut;
2. Foto *copy* Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP);
3. Surat kuasa atas nama lembaga yang mewakili lembaga tersebut sesuai dengan AD/ART;

4. Mengisi dan mendatagani formulir data nasabah lembaga serta spesimen tanda tangan orang yang diberi kuasa untuk membuka tabungan tersebut;
5. Memberikan setoran awal minimum Rp50.000,00

Bank tabungan Bank Tabungan Negara memiliki banyak macam produk salah satu yang banyak diminati dan adalah Tabungan BTN Batara. Tabungan BTN Batara merupakan tabungan yang memberikan kemudahan fasilitas dapat melakukan transaksi pembelian dan pembayaran melalui *channel* Bank BTN dan produk tabungan ini targetnya adalah untuk kalangan menengah keatas. Dalam rangka untuk memperluas pengetahuan masyarakat tentang perbankan maka Bank Tabungan Negara memiliki produk tabungan BTN e'BATARAPOS. Produk tersebut targetnya adalah untuk masyarakat terutama untuk kelas menengah ke bawah, namun tabungan ini juga dapat digunakan untuk kelas menengah keatas. Berikut adalah perbedaan yang dimiliki oleh tabungan BTN e'BATARAPOS dan tabungan BTN BATARA:

Tabel 3.6 perbedaan tabungan BTN e'BATARAPOS dan BTN BATARA

Keterangan	Tabungan BTN e'BATARAPOS	Tabungan BTN BATARA
Setoran Awal	Rp.50.000,00	Rp.200.000,00
Saldo Minimum	Rp.20.000,00	Rp.50.000,00
Setoran Selanjutnya	Rp.10.000,00	Rp.10.000,00
Biaya Adminitrasi	Saldo tabungan > Rp.1.000.000,00 tidak ada	Rp.12.500,00

	biaya adminitrasi namun jika saldo tabungan < Rp.1.000.000,00 maka biaya adminitrasi Rp.4.000,00	
Fasilitas ATM	ATM BTN, ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Visa.	ATM BTN, e-channel BTN, <i>autotransfer</i> .
Tempat pelayanan	Bank BTN , Kantor Pos, Mobil Kas Keliling.	Bank BTN, Kantor Pos, Mobil Kas Keliling.
Pelayanan Lainnya	Setoran Tabungan , Setoran Giro, pembayaran kredit atau KPR, pembayaran biaya Pendidikan	Setoran Tabungan, setoran Giro, pembayaran Kredit atau KPR, pembayaran biaya Pendidikan.

*Sumber:* Bank Tabungan Negara, 2018

Produk Tabungan BTN e'BATARAPOS adalah produk bank BTN yang berkerja sama dengan kantor pos, sehingga trasaksi dan layanan yang dapat dilakukan di kantor pos adalah sebagai berikut:

- (1) Dapat membuka rekening tabungan BTN e'BATARAPOS;
- (2) Dapat melakukan penarikan tabungan;
- (3) Dapat mengecek saldo;
- (4) Dapat melakukan transaksi dan layanan pada hari sabtu;
- (5) Dapat melakukan setoran tabungan;
- (6) Dapat melakukan pembayaran angsuran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR);
- (7) Dapat melakukan pembayaran Pendidikan;
- (8) Dapat melakukan setoran Giro.

## 3.2 DATA KHUSUS

### 3.2.1 Strategi pemasaran Bank Tabungan Negara pada produk Tabungan BTN 'BATARAPOS

Dalam rangka untuk mengetahui strategi pemasaran Bank Tabungan Negara yang diterapkan pada produk tabungan BTN e'BATARAPOS dilakukan wawancara dengan *marketing* Bank Tabungan Negara yang bernama Tonny dengan hasil sebagai berikut:

#### (1) Strategi pemasaran melalui produk (*product*)

Dalam melakukan proses strategi pemasaran melalui produk Bank Tabungan Negara memberikan kualitas produk yang bagus menarik dan beragam sehingga dengan adanya kualitas produk yang beragam dan menarik dapat membuat masyarakat untuk menggunakan produk yang ada di Bank Tabungan Negara. Dalam rangka untuk membuat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakannya maka produk bank tersebut dibuat memiliki karakteristik yang berbeda dari bank pesaing.

Produk Bank Tabungan Negara BTN e'BATARAPOS memiliki karakteristik yang berbeda dari produk yang ada di bank pesaing. Produk dapat bertransaksi melalui kantor pos, sehingga ini poin tambahan pada saat pegawai bank (*marketing*) memasarkan produknya sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan.



## (2) Strategi pemasaran melalui harga (*price*)

Dalam melakukan proses strategi pemasaran melalui harga Bank Tabungan Negara menetapkan bahwa harga atau suku bunga dari setiap produk bank telah ditetapkan oleh internal dan seorang *marketing* hanya memasarkannya. Setiap produk memiliki suku bunga yang berbeda-beda begitu pula dengan suku bunga yang ada di bank pesaing sehingga persaingan untuk membuat masyarakat tertarik menggunakan produknya sangat ketat.

Produk Bank Tabungan Negara BTN e'BATARAPOS memiliki biaya setoran awal yang cukup relatif untuk dapat memiliki produk ini. Suku bunga yang rendah sehingga masyarakat tidak terbebani untuk mendapatkan produk ini. Suku bunga yang kecil *marketing* Bank Tabungan Negara menggugulkan kerjasama dengan kantor pos sehingga masyarakat yang ditawarkan berminat untuk membukanya.

## (3) Strategi pemasaran melalui tempat (*place*)

Dalam melakukan proses strategi pemasaran melalui tempat atau lokasi bank haruslah dibangun di tempat yang strategis. Bank Tabungan Negara terletak di tengah kota Yogyakarta dan strategis dikarenakan terletak di daerah perkantoran, pasar, sekolah sehingga mempermudah masyarakat atau nasabah untuk melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut.

Tabungan BTN e'BATARAPOS merupakan salah satu produk simpanan yang bekerjasama dengan kantor pos sehingga masyarakat atau nasabah dapat melakukan transaksi melalui kantor pos yang telah bekerjasama dengan Bank BTN, dengan adanya kerjasama ini maka mempermudah masyarakat untuk bertransaksi.

(4) Strategi pemasaran melalui promosi (*promotion*)

Dalam melakukan strategi pemasaran melalui promosi Bank Tabungan Negara membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk yang di promosikan. Promosi bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat baik masyarakat menengah keatas atau masyarakat menengah ke bawah.

Tabungan BTN e'BATARAPOS merupakan produk yang memiliki banyak promosi yaitu promosi sembako, promosi elektronik, dan promosi emas sehingga dengan yang memiliki produk simpanan tersebut masyarakat berkesempatan untuk mendapatkan promosi-promosi yang ditawarkan. Promosi yang ditawarkan produk ini juga bermanfaat dan dibutuhkan oleh semua tingkatan masyarakat.

(5) Serbu pasar atau instansi

Dalam melakukan pemasaran Bank Tabungan Negara pada produk BTN e'BATARAPOS terdapat cara pemasaran yang dilakukan oleh pegawai bank (*marketing*) yaitu serbu pasar atau instansi. Cara pemasaran ini bertujuan untuk mendapatkan nasabah di pasar tradisional atau modern dan instansi. Proses pemasaran serbu pasar

dilakukan dengan cara membuka *stand* kemudian pegawai bank (*marketing*) berkeliling pasar untuk mencari target nasabahnya namun untuk serbu instansi dilakukan dengan cara pegawai bank sebelum melakukan serbu instansi melakukan perizinan kemudian setelah diizinkan maka dilakukan dengan cara membuka *stand* di instansi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *marketing* Bank Tabungan Negara yang bernama Tonny strategi yang paling efektif dan paling sering diterapkan dari lima strategi pemasaran yang ada adalah sebagai berikut

(1) Strategi pemasaran melalui promosi (*promotion*)

Strategi pemasaran melalui media promosi adalah strategi yang paling tepat dan efektif untuk memasarkan produk tabungan BTN e'BATARAPOS dikarenakan dengan adanya promosi-promosi yang ditawarkan dapat menarik perhatian sehingga masyarakat tertarik untuk membuka dan menggunakan produk tabungan tersebut. Promosi yang dilakukan produk ini juga berbeda dengan produk yang ada pada produk lainnya.

(2) Strategi pemasaran melalui tempat (*place*)

Strategi pemasaran berdasarkan tempat merupakan strategi yang juga sering dilakukan oleh *marketing* dalam melakukan pemasaran produk e'BATARAPOS. Dalam hal ini *marketing* mencari atau membuat strategi tempat dimana yang banyak masyarakat membutuhkan produk kemudian memasarkannya, dikarenakan produk ini berkerjasama

dengan kantor pos maka dapat membantu masyarakat yang berada jauh dari kota dan jauh dari layanan perbankan untuk dapat menggunakan produk e'BATARAPOS dan melakukan transaksi perbankan melalui kantor pos.

### **3.2.2 Kendala strategi pemasaran tabungan BTN e'BATARAPOS**

Dalam memasarkan produk terdapat kendala-kendala yang sering ditemukan, berikut adalah saat melakukan pemasaran produk tabungan BTN e'BATARAPOS:

#### **1. Suku Bunga**

Suku bunga ditetapkan oleh internal Bank Tabungan Negara, yang mana ini merupakan kendala utama dalam melakukan pemasaran produk tabungan. Produk tabungan yang ada ada di Bank BTN memiliki suku bunga yang berbeda-beda sehingga masyarakat memilih menggunakan suku bunga yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk yang memiliki suku bunga tinggi banyak diminati oleh masyarakat atau nasabah.

#### **2. Pengetahuan Masyarakat**

Pengetahuan Masyarakat yang dimaksud adalah pengetahuan akan kebutuhan, keinginannya dan pentingnya perbankan. Hal ini dibuktikan ketika marketingmenawarkan produk masyarakat tidak mengerti dan bingung. Dalam rangka untuk membuat masyarakat tersebut mengerti akan pentingnya bank dalam proses pemasaran maka harus dilakukan secara terus menerus. Namun jika masyarakat mengerti akan kebutuhan,

keinginan dan pentingnya perbankan maka masyarakat atau nasabah tersebut yang mencari bank untuk memenuhi kebutuhan keinginan dan pentingnya perbankan.

### 3. Persaingan Antarbank

Persaingan Antarbank yang dimaksud adalah persaingan antarbank pemerintah atau bank swasta. Persaingan tersebut dapat berupa produk-produk yang ditawarkan, suku bunga dan lainnya, dikarenakan produk disetiap bank memiliki karakteristik dan fitur yang berbeda. Dalam rangka untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya maka setiap perbankan haruslah berlomba-lomba memasarkan produk dengan menarik dan membuat masyarakat menggunakannya.

### 4. Cara Penyampaian Produk

Penyampaian produk tentang kelebihan, fitur-fitur yang didapat oleh masyarakat setelah menggunakan produk tersebut haruslah disampaikan dengan baik dan sehingga masyarakat dapat mengerti dengan baik dan benar. Penyampaian tidak terburu-buru dan sabar kepada setiap calon nasabahnya.

### 5. Komposisi karyawan di unit *Post Office Aliance* (POA)

Unit *Post Office Aliance* (POA) adalah unit yang memasarkan produk BTN e'BATARA POS dengan komposisi 3 orang pria. Kendala yang dialami adalah ketelitian, semangat kerja yang kurang dan menunda-nunda pekerjaan, sehingga membuat pekerjaan tersebut terlupakan atau sering tertunda.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan tentang strategi pemasaran produk tabungan BTN e'BATARAPOS di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- (1) Proses pemasaran produk tabungan BTN e' BATARAPOS yang efektif dilakukan oleh *marketing* Bank Tabungan Negara adalah pemasaran melalui promosi (*promotion*) dan pemasaran melalui tempat (*place*)
- (2) Strategi Pemasaran yang telah dilakukan oleh Bank Tabungan Negara telah sesuai dengan Ikatan Bankir Indonesia (IBI) 2014 Namun pada kenyataan produk BTN e'BATARAPOS kurang banyak diminati oleh masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat hal yang terjadi:
  1. Cara penyampaian marketing Bank Tabungan Negara kurang dapat dipahami oleh masyarakat sehingga produk tersebut tidak banyak diminati oleh masyarakat.
  2. Suku bunga produk yang kurang bersaing dari produk yang ada di Bank Tabungan Negara ataupun bank pesaing.
  3. Kurangnya pengetahuan masyarakat bahwa produk tabungan BTN e'BATARAPOS merupakan produk yang dapat mempermudah kegiatan, kebutuhan dan tidak jauh berbeda dengan produk-produk bank lainnya.

4. Komposisi karyawan diunit *Pos Office Aliance Staff* dimana karyawannya 3 orang pria sehingga semangat kerja yang dimiliki kurang semangat, ketelitian kurang dan banyak pekerjaan yang sering ditunda-tunda.

## 4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah di jelaskan maka terdapat saran yang diberikan kepada Bank Tabungan Negara adalah sebagai berikut:

- (1) Karyawan Bank Tabungan Negara khususnya *marketing* produk tabungan BTN e'BATARAPOS diharapkan lebih sabar, teliti, dan benar-benar memahami akan kebutuhan masyarakat pada saat menjelaskan atau mencari nasabah agar masyarakat tersebut tertarik menggunakan produknya.
- (2) Dalam rangka untuk meyakinkan masyarakat akan suku bunga yang berbeda- beda dari Bank Tabungan negara ataupun bank lainnya maka *marketing* Bank Tabungan Negara mengimbangnya dengan loyalitas pelayaannya yang lebih fleksibel kemudian didukung degan fitur-fitur yang memudahkan masyarakat untuk bertransaksi sehingga masyarakat tertarik menggunakan produknya.
- (3) Bank Tabungan Negara disarankan untuk memberikan *event*, edukasi atau sosialisasi tentang produk BTN e'BATARAPOS agar masyarakat tertarik dan paham sehingga banyak masyarakat menggunakan produknya.

- (4) Bank Tabungan Negara disarankan untuk melihat komposisi karyawan di setiap unit khususnya diunit Pos *Office Alliance Staff*, dikarenakan ketika komposisi disetiap unit sesuai maka pekerjaan yang dilakukan lebih efektif dan pekerjaan cepat terselesaikan.



## Daftar Pustaka

- Bank Tabungan Negara.. Profil dan produk diperoleh pada 28 April 2018 di <https://www.btn.co.id/>
- Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014. *Strategi sukses Bisnis bank*. Cetakan ke-1. Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hafidz Januar, Rieska Indah Asusti. 2013. Tingkat Persaingan dan Efisiensi Intermediasi Perbankan Indonesia diperoleh pada 03 April 2018 di [https://www.bi.go.id/id/publikasi/wp/Pages/Tingkat-Persaingan-Dan Efisiensi-Intermediasi-Perbankan-Indonesia.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/wp/Pages/Tingkat-Persaingan-Dan-Efisiensi-Intermediasi-Perbankan-Indonesia.aspx)
- Hasil Wawancara dengan Marketing Bank Tabungan Negara Tonny
- Hasil Wawancara dengan Marketing Bank Tabungan Negara Arini Wulandari
- Hasil Wawancara dengan *Customer Service* Bank Tabungan Negara Kusumanita
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Cetakan ke-4. Jakarta: Kencana.
- Kamir. 2008. *Manajemen Perbankan*. Cetakan ke-8. Jakarta: Rajawali.
- Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, diperoleh pada 07 April 2018 di <http://peraturan.go.id/uu>

## Lampiran 1: Surat Keterangan Magang

PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk  
Kantor Cabang Yogyakarta  
Jl. Jend. Sudirman No. 71 Yogyakarta 55223  
Telp. (0274) 589898 (hunting)  
Facs : (0274) 561289  
www.btn.co.id



### **SURAT KETERANGAN** No. 223/SK/YK.II/OPR-GA/IV/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

1. **Nama** : Andri Kurniawati
2. **NIM** : 15213106
3. **Jurusan** : Perbankan dan Keuangan
4. **Perguruan Tinggi** : Universitas Islam Indonesia

Pernah melaksanakan magang di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta dari tanggal **05 Maret s/d 06 April 2018**. Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 09 April 2018  
**PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), Tbk.**  
**KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

**NGADILAN**  
Operation Head

**Rizza E. Khurumawan**  
General Administration Head

Lampiran 2: Brosur Produk Tabungan BTN e' BATARAPOS.



**AYO Nabung di KANTOR POS**

**TABUNGAN e' BATARAPOS**

**POS INDONESIA**

**TABUNGAN e' BATARAPOS**

Bebas Biaya Administrasi bulanan, Setoran Awal Ringan dan Anda bisa menabung di hari Sabtu dan Minggu\*

\*Syarat dan ketentuan berlaku

**POS INDONESIA**

**BUMN**  
Hadir untuk negeri

**Bank BTN**  
Sahabat Keluarga Indonesia

**TABUNGAN e' BATARAPOS**

**Kemudahan :**

- Setoran awal ringan
- Bebas biaya administrasi\*
- Penabungan dapat dilakukan di Kantor Pos seluruh Indonesia
- Bisa nabung hari Sabtu dan Minggu\*\*
- Dapat kartu ATM Debit Visa dan Internet Banking
- Memiliki kesempatan mengikuti program X-Tra Bonus dan program lainnya

\* Syarat dan ketentuan berlaku  
\*\* Di outlet Kantor Pos tertentu

**Layanan Bank BTN di Kantor Pos online :**

- Tabungan e'BATARAPOS
- Setoran tabungan Bank BTN lainnya
- Setoran pembayaran SPP/Biaya Pendidikan
- Setoran angsuran KPR
- Setoran giro

**Jenis Transaksi di Kantor Pos**

Pembukaan Tabungan	Penabungan	Penarikan Tabungan	Cek Saldo	Pencetakan Lima (5) Transaksi Terakhir	Penggantian PIN Kartu ATM	Pembayaran (PLN, Telkom, HP, KPR, BTN)
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**Jenis Transaksi di ATM**

	Penarikan Tabungan	Transfer Antar Rekening	Cek Saldo	Pencetakan Lima (5) Transaksi Terakhir	Penggantian PIN Kartu ATM	Pembayaran (PLN, Telkom, HP, KPR, BTN)
BTN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Non BTN*	✓	✓	✓			

\*Keterangan : ATM Link, Bersama, Prima, Visa

Untuk informasi lebih lanjut hubungi :

# Tabungan BTN e'BATARAPOS

Lebih Dekat Melayani



Tabungan BTN e'BATARAPOS kini hadir lebih dekat. Anda bisa melakukan transaksi seperti membayar angsuran, tagihan bahkan penyetoran dan penarikan di Kantor Pos seluruh Indonesia.



POS INDONESIA



www.bta.co.id  
@BankBTNcoid

Bank BTN terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

**Bank BTN**  
Sahabat Keluarga Indonesia

## Tabungan BTN e'BATARAPOS

### Benefit:

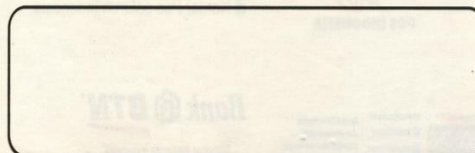
1. Setoran awal ringan.
2. Bisa nabung di:
  - Bank BTN
  - Kantor Pos
  - Mobil Kas Keliling
3. Bisa Nabung hari Sabtu.
4. Dapat kartu ATM Debit Visa.
5. Memiliki kesempatan mengikuti program X-Tra Bonus.

### Layanan Bank BTN di Kantor Pos online:


1. Tabungan BTN e'BataraPos.
2. Setoran tabungan Bank BTN lainnya.
3. Setoran pembayaran SPP/Biaya Pendidikan.
4. Setoran Angsuran KPR.
5. Setoran Giro.

Jenis Transaksi	Loket Kantor Pos	Loket Bank BTN	ATM				
			BTN	Link	Bersama	Prima	Visa
Pembukaan Tabungan	✓						
Penabung	✓	✓					
Penarikan Tabungan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Transfer Antar Rekening		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cek Saldo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pencetakan Lima (5) Transaksi Terakhir			✓				
Penggantian PIN Kartu ATM			✓				
Pembayaran (PLN, Telkom, BPJS KPR BTN)		✓	✓				

Untuk informasi lebih lanjut hubungi:



Lampiran 3: Formulir Pembukaan Tabungan Produk Tabungan BTN e'  
BATARAPOS.



### FORMULIR PEMBUKAAN TABUNGAN

Jenis Nasabah :  Baru  Eksisting      Kantor Pos : \_\_\_\_\_ No CIF: \_\_\_\_\_  
 Keperluan :  Permohonan Baru  Perubahan Data      No. Rekening : \_\_\_\_\_  
 Penggantian Kartu :  Rusak  Hilang  
 Maksud dan Tujuan Hubungan Usaha:  Simpanan  Pinjaman

INFORMASI NASABAH	INFORMASI PEKERJAAN NASABAH
1. Jenis Identitas (Wajib Diisi) : <input type="checkbox"/> KTP <input type="checkbox"/> Akta/KP/KM <input type="checkbox"/> Paspor&Kitas/Kitas 2. Nomor Identitas (Wajib Diisi): _____ 3. Masa Berlaku Identitas (Wajib Diisi): _____ <input type="checkbox"/> Seumur Hidup 4. Nama Lengkap (Wajib Diisi) : _____ <small>Sesuai Kartu Identitas</small> 5. Nama Alias (Jika Ada) : _____ 6. Tempat Lahir (Wajib Diisi) : _____ 7. Tanggal Lahir (Wajib Diisi) : Tgl: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Bulan: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Tahun: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 8. Jenis Kelamin (Wajib Diisi) : <input type="checkbox"/> Laki-Laki <input type="checkbox"/> Perempuan 9. Kewarganegaraan (Wajib Diisi) : <input type="checkbox"/> WNI <input type="checkbox"/> WNA, Negara _____ 10. Alamat Sesuai Identitas (Wajib Diisi) : _____ _____ RT / RW : _____ / _____ Desa / Kelurahan : _____ Kecamatan : _____ Kabupaten / Kota: _____ Provinsi : _____ Kode Pos: _____ 11. Alamat Saat Ini (Wajib Diisi jika berbeda dengan identitas): _____ _____ RT / RW : _____ / _____ Desa / Kelurahan : _____ Kecamatan : _____ Kabupaten / Kota: _____ Provinsi : _____ Kode Pos: _____ 12. Telepon (Wajib Diisi jika ada) : _____ 13. HP (Wajib Diisi) : _____ 14. Email (Wajib Diisi jika ada): _____ 15. Agama (Wajib Diisi) : <input type="checkbox"/> Islam <input type="checkbox"/> Kristen <input type="checkbox"/> Katholik <input type="checkbox"/> Penghayat Kepercayaan <input type="checkbox"/> Khonghucu <input type="checkbox"/> Hindu <input type="checkbox"/> Budha 16. Status Perkawinan (Wajib Diisi) : <input type="checkbox"/> Belum Menikah <input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Cerai 17. Pendidikan Terakhir <input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SLTP <input type="checkbox"/> SLTA <input type="checkbox"/> D1 <input type="checkbox"/> D2 <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> S3	18. Pekerjaan Saat ini (Wajib Diisi): <input type="checkbox"/> Pegawai Pemerintahan <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Pejabat Negara <input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga <input type="checkbox"/> Militer <input type="checkbox"/> Polisi <input type="checkbox"/> Pengajar <input type="checkbox"/> Pensiunan <input type="checkbox"/> Lain - Lain _____ 19. Nama Instansi (Wajib Diisi jika ada): _____ 20. Bidang Usaha (Wajib Diisi jika ada): _____ 21. Jabatan (Wajib Diisi jika ada): _____ 22. Alamat Instansi (Wajib Diisi jika ada): _____ _____ 23. Kode Pos (Wajib Diisi jika ada): _____ 24. No telpon Instansi (Wajib Diisi jika ada): _____ 25. Email Kantor (Wajib Diisi jika ada): _____ 26. Sumber Dana (Wajib Diisi): <input type="checkbox"/> Gaji <input type="checkbox"/> Hasil Usaha <input type="checkbox"/> Investasi <input type="checkbox"/> Lainnya _____ 27. Penghasilan rata - rata per Bulan (Wajib Diisi) : Rp _____ 28. Penghasilan rata - rata per Tahun (Wajib Diisi) : Rp _____ 29. Perkiraan transaksi 1 Tahun : Rp _____ 30. Nomor NPWP (Wajib Diisi jika ada): _____ 31. Nama Gadis Ibu Kandung (Wajib Diisi): _____ 32. Nama Lengkap : _____ 33. Alamat : _____ _____ 34. Kode Pos : _____ 35. HP : _____ 36. Hubungan Dengan Pemohon : _____ _____

**PIHAK YANG DAPAT DIHUBUNGI DALAM KEADAAN DARURAT**

Lembar 1 : Untuk Bank

Lampiran 4: Karyawan Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Yogyakarta.



SOSIALISASI MARET 2018

Hari / Tanggal : 21 Maret 2018  
 Waktu : Pukul \_\_\_\_ 16:30 sd selesai  
 Tempat : Banking Hall Bank BTN Yogyakarta  
 Agenda : Sosialisasi Bidang Hukum

NO.	NAMA	NIP	UNIT KERJA	TANDA TANGAN	
1	Muhammad Mutaqin	5234	Branch Manager	1	
2	Endang Murni Lestari	3552	Deputy Branch Manager Business		2
3	Cucu Kuryati	4677	Deputy Branch Manager Supporting	3	
4	C. Adi Wardana	1875	TL Field Collector		4
5	Ahmad Junaidi	2264	KCP Palagan – Sub Branch Head Type A	5	
6	Shesharina Ayu W	8644	KCP Nogotirto – Sub Branch Head Type B		6
7	Sugeng	2422	KCP Bantul – Sub Branch Head Type B	7	
8	Paula Sulistiyati	2432	Loan Administration Staff		8
9	Sunarto	2799	KK Kulon Progo – Cash Office Head	9	
10	Ngadilan	2826	Operation Head		10
11	Lamro Lumban Raja	2881	Branch Compliance Supervisory Officer (BCSO)	11	
12	Enny Anjarwati	3162	Teller Service Sub Unit Head		12
13	Srini Mulyono	3193	KK UMY – Cash Office Head	13	
14	Saifudin Zuhri	3456	KCP Condongcatur – Sub Branch Head Type A		14
15	Reilita Sari	3578	KK UNY – Cash Office Head	15	
16	Biyas Priwastuti	3923	Commercial & Consumer Funding Head		16
17	Windayanti	4170	KK Kusumanegara – Cash Office Head	17	
18	Stepanus Suharyanto	4241	Accounting & Control Head		18
19	Eva Diana Sofia	4276	Accounting Staff	19	
20	Sehono	4386	Collective Staff		20
21	Novianti	4411	Loan Administration Staff	21	

22	Niken Haswari	4507	Relationship Management		22
23	Rini Astuti	4725	KK UGM – Cash Office Head	23	
24	Ambar Triana Fibrianti	4739	Mortgage & Consumer Lending Unit Head		24
25	Pudjiono	4809	Skip Tracer Coordinator	25	
26	Rini Handayani	4883	Service Quality Unit Head		26
27	Siti Nurcahya	4884	KK Katamso – Cash Office Head	27	
28	Sovia Afiarlin	5157	Branch Credit Risk Head		28
29	Taufiq Ismail	5551	KK Maguwoharjo – Cash Office Head	29	
30	Teguh Prasetyo	5631	KCP Wonosari – Sub Branch Head		30
31	Purwoko	5723	Transaction Processing Sub Unit Head	31	
32	Sti Ningsih	5916	Priority Banking Team Leader		32
33	Kusumanita Kumalasari	5950	Consumer Loan Service Staff	33	
34	Cicilia Hesti Widayati	6099	Junior Education Institute & Other Commercial Funding Marketing		34
35	Dian Puspita Tri Bintari	6100	KCP Condongcatur – Teller Service Staff	35	
36	Bastar Purbo Nugroho	10052	Junior Specialist Post Office & Alliance Staff		36
37	Ruth Yulianti Situmorang	6354	Transaction Processing Staff	37	
38	Dody Riatmaji	6559	Consumer Loan Analyst		38
39	Putri Ardiani	6658	Teller Service Staff	39	
40	Inti Paduansih	6799	Teller Service Staff		40
41	Theurma Ludrie Hardani	6830	Vault	41	
42	Achmad Harissa	6837	Consumer Loan Analyst		42
43	Windha Berty Wulan Mayangsari	6954	Consumer Loan Service Staff		
44	Rensa Fennapti	7045	Priority Banking Officer		44
45	Andiyane Sukma Putri	7114	Customer Service Staff	45	
46	Ardi Agus Wulandani	7115	Priority Banking Officer		46

47	Diah Anjarwati Arum Haryono	7122	Customer Service Staff	47	
48	Virginia Indira Kopalit	7149	Customer Service Staff		48
49	Yuni Farida	7152	KK Maguwoharjo – Customer Service Staff	49	
50	Diena Astri Nirmala	7730	KK UMY – Customer Service Staff		50
51	Arief Joko Nuryanto	7792	Accounting & Reporting Staff	51	
52	Arif Afendi	7793	Commercial Funding Sales		52
53	Dwi Laksono	7799	Internal Control Staff	53	
54	Alien Widiasti	8318	KCP Condongcatur – Customer Service Staff		54
55	Kiki Safista Chandra Dewi	8373	KCP Palagan – Customer Service Staff	55	
56	Marisza Adha Purnama	8380	Customer Service Staff		56
57	Fajar Yoganingrum	8441	Secretary	57	
58	Putri Iranawati	10883	Loan Administration Staff		58
59	Sumiyati	9167	Consumer Loan Service Staff	59	
60	Andika Kurnia Putranto	9171	Junior Specialist Post Office & Alliance Staff		60
61	Deswarda Brian Dwinaryanto	9172	Transaction Processing & IT Staff	61	
62	Irfan Hadi	9348	Commercial, Small & Medium Lending Unit Head		62
63	Mayasari	9653	KK UGM – Customer Service Staff	63	
64	Filliani Ayu Setyo Kusuma Zai	9697	KCP Bantul – Teller Service Staff		64
65	Ardian Wikanto	9878	Junior Government & Corporate Commercial Funding Marketing	65	
66	Muhammad Adi Zulfan	9900	Junior Commercial Loan Analyst		66
67	Raden Edi Hartono	9903	Consumer Loan Analyst	67	
68	Rizza Enggar Khrusmawan	9906	General Administration Sub Unit Head		68
69	Stephanus Dony Kurniawan	9977	Loan Administration Staff	69	
70	Warsito Purnomo		Consumer Loan Marketing		70
71	Neni Widhi Arni	10366	KK Katamso – Customer Service	71	



72	Enti Dwiningsih	10740	Teller Service Staff		72
73	Anggie Rizki Amalia	10778	General Administration Staff	73	
74	Septi Indra Rini	6102	KCP Condongcatur – Consumer Loan Service Staff		74
75	Klaresta Jati Kurniawan	10820	KCP Palagan – Consumer Loan Service Staff	75	
76	Ujang Kurniawan	10917	Junior Consumer Funding Marketing		76
77	Kurnia Dewi	11128	Consumer Loan Service Staff	77	
78	Yosafat Tobing	11268	Asset Management Staff – Sales (AMD) .		78
79	Dimas Yuda Asmara	11306	Branch Legal Reprerstative (LGD)	79	
80	Arif Nur Hidayat	10781	KCP Bantul – Consumer Loan Service Staff		80
81	Ayunani Puspita Sari	11888	KK Kusumanegara – Customer Service Staff	81	
82	Ferara Mutiasari	11931	Priority Banking Officer		82
83	Teddy Setiady	11970	Teller Priority Banking Officer	83	
84	Jenny Puspita Ningrum	11984	Junior Consumer Funding Marketing		84
85	Nency Preptisa	15899	Junior Consumer Funding Marketing	85	
86	Sigit Prandoko	12219	Spesialis Asset Sales (AMD) .		86
87	Riyan Kusuma Setya Prabowo	12303	Logistic Support Staff	87	
88	Adhiatma Nur Pramono	12462	SMAO		88
89	Pradipta Nugrahani Putri	12673	Junior Consumer Loan Marketing	89	
90	Niken Permatasari	12884	KK Maguwo – Teller Service Staff		90
91	Andika Anggiryawan Saputra	13088	Teller Service Staff	91	
92	Hulma Farandika Pratama	13089	KK Kusumanegara – Teller Service Staff		92
93	Muhammad Dedhat Hamonangan Nasution	13118	KCP Nogotirto – Consumer Loan Service Staff	93	
94	M. Taufiq Widyanto	13733	KK UGM - Teller Service Staff		94
95	Renditya Leo Mahardika	14273	CCRU – TL Field Collector	95	
96	Yusti Mahanu Dewantara	14360	Loan Document Staff		96

97	Iman Santoso	14422	Consumer Loan Marketing Non Subsidi	97	
98	Andi Sulisty	14423	Consumer Loan Marketing Non Subsidi		98
99	Arga Aprilianto	14768	KCP Bantul - Customer Service Staff	99	
100	Gilda Rizky Nayasari	14769	Customer Service Staff		100
101	Lia Umayatun	14770	KK UNY - Customer Service Staff	101	
102	Ulfiana Melani	14771	KLKK Jogja – Customer Service		102
103	Azwar Anas	14896	Skip Treacer Coordinator	103	
104	Diah Sulistiyowati	14967	Senior Consumer Funding Sales		104
105	Elita Dwi Waminingrum	14968	Senior Consumer Funding Sales	105	
106	Dewi Nur Wulandari	16332	KCP Wonosari – Customer Service		106
107	Stephani Chris Wardani	15560	KK Kulon Progo – Customer Service	107	
108	Margaretha Ayu Giovinna	16333	KLKK Kulon Progo		108
109	Muhammad Aldino Ferdinan	15561	KCP Wonosari – Consumer Loan Service	109	
110	Ridho Islami	15739	Junior Commercial Loan Analyst		110
111	Nency Preptisa	15899	Consumer Funding Marketing	111	
112	Vabella Laurina Zulfana Andrean	15900	Verifying		112
113	Arini Wulandari	16030	Consumer Funding Marketing	113	
114	Fajar Roy Wiryawan	16031	Consumer Funding Marketing		114
115	Tonny Septiyanto	16032	Junior Specialist Post Office & Alliance Staff	115	
116	Ayuning Sekar Suci	8900075	KCP Nogotirto – Customer Service Tunas		116
117	Irma Eka Ayu Novita	8900076	KLKK Bantul – Customer Service Tunas	117	
118	Andreas Bagus Kristanto Selan	8900077	KK UMY – Teller Service Tunas		118
119	Dini Asri Roseli	8900078	KK Kulon Progo – Teller Service Tunas	119	
120	Dita Anissa Putri	8900079	KCP Palagan – Teller Service Tunas		120
121	Dwi Hermina Nurhayati	8900080	KK Katamso – Teller Service Tunas	121	

