

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Bank Mandiri Taspen mempunyai tagline "Tiada Kata Pensiun Dalam Berkarya". Di setiap elemen strategi komunikasi pemasaran produk Kredit Mantap Pensiun ini selalu ada tagline tersebut, maksud dari tagline "Tiada Kata Pensiun Dalam Berkarya" adalah agar para pensiunan lebih produktif di masa tuanya. Di dalam mengkomunikasikan taglinenya tersebut selain dalam media pada produk Kredit Mantap Pensiun kepada para calon nasabahnya untuk meningkatkan brand awereness, karena PT Bank Mandiri Taspen adalah Bank yang mengelola dana pensiun yang umurnya masih muda yaitu baru 4 tahun berjalan untuk itu dibutuhkan beberapa strategi komunikasi pemasaran. PT Bank Mandiri Taspen menggunakan program yang dinamakan dengan program Mantap Indonesia. Mantap Indonesia adalah program yang memiliki 3 pilar, yang pertama adalah Mantap Sehat, Mantap Aktif, dan Mantap Sejahtera. Mantap Sehat adalah bertujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan dan mutu kehidupan masyarakat, khususnya pensiunan untuk mencapai kondisi sehat optimal. Contoh dari program ini dilakukan dalam bentuk kegiatan olahraga bersama, cek kesehatan gratis dan sarapan sehat bersama. Mantap aktif adalah bertujuan mendukung penciptaan masyarakat, khususnya pensiunan yang aktif, produktif serta tangguh dan bahagia, program ini difokuskan pada kegiatan sosial dan religi pensiunan dengan contoh seperti buka puasa bersama. Mantap Sejahtera adalah bertujuan menciptakan masyarakat, khususnya pensiunan yang mandiri dan sejahtera melalui kewirausahaan, contohnya dilakukab dalam bentuk pelatihan wirausaha kepada para calon pensiunan maupun yang sudah pensiun. Jadi semua para nasabah Kredit Mantap Pensiun berhak mendapatkan ke tiga pilar tersebut.



apapun kebutuhan anda,
**wujudkan dengan
kredit mantap pensiun**

Nikmati berbagai keuntungan menjadi nasabah pensiun Bank Mantap dan dapatkan kredit pensiun mantap untuk kemudahan dan kenyamanan usaha Anda

*Keuntungan terbaik di wilayah Anda

Tiada kata pensiun untuk berkarya

PT. Bank Mandiri Taspen adalah produk jasa keuangan terdistribusi dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1.1

Kredit Mantap Pensiun

(sumber: www.bankmantap.co.id, 2018)

Kredit Mantap Pensiun adalah produk Kredit Bank Mantap yang diberikan khusus kepada para Pensiunan dari PNS, TNI, POLRI, BUMN, dan BUMD. Kredit Mantap Pensiun ini berguna untuk membantu para pensiunan mendapatkan modal usaha atau modal kerja dan kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pendidikan, kebutuhan keagamaan, dll. Produk Kredit Mantap Pensiun ini memiliki program hadiah, program berhadihnya disebut Undian Gratis Berhadiah berupa program Wisata Religi yang diundi setiap akhir tahun dan diambil 3 pemenang. Pemenang yang beruntung, bisa pergi beribadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing. (FAQ Kredit Mantap Pensiun, 2018)

Kredit Mantap Pensiun ini memiliki 50 sampai dengan 60 ribu nasabah hingga saat ini. Keunggulan Kredit Mantap Pensiun yang ada pada PT Bank Mandiri Taspen dibandingkan Bank-Bank pesaingnya yaitu yang pertama adalah bunga lebih rendah, bayar premi asuransi paling rendah dibandingkan kompetitor. Lalu semua nasabah produk Kredit Mantap Pensiun dapat menikmati semua fasilitas yang ada di PT Bank Mandiri Taspen, dan yang terakhir semua nasabah produk Kredit Mantap Pensiun diberikan pelatihan wirausaha, agar di masa pensiunnya para nasabah lebih produktif.

Beberapa bank pesaing itu adalah bank yang sudah cukup lama berdiri di bandingkan dengan Bank Mandiri Taspen yang baru menginjak umur 3 tahun. Di dalam tabel tersebut ada data yang menunjukkan bahwa pertumbuhan Bank Mandiri Taspen sangat cepat walaupun umurnya masih jauh lebih muda dibandingkan dengan para bank pesaingnya. Jadi peneliti

memilih PT Bank Mandiri Taspen dan produk Kredit Mantap Pensiun karena berdasarkan data persaingan di atas pertumbuhan dari sisi Kredit Bank Mandiri Taspen dari tahun ke tahunnya yang sangat cepat dan pesat dibandingkan dengan bank pesaingnya.

PT Bank Mandiri Taspen sebelumnya namanya adalah PT Bank Mandiri Taspen Pos. PT Bank Mandiri Taspen Pos adalah Gabungan dari beberapa perusahaan yaitu Bank Mandiri, Taspen, dan Pos. PT. Bank Mandiri Taspen Pos adalah Bank yang menggarap bisnis pensiunan. PT. Bank Mandiri Taspen Pos adalah leburan dari Bank Sinar Harapan Bali. Pemegang saham pada bank ini adalah Bank Mandiri, PT Taspen, dan PT Pos. Dukungan penuh dari induk perusahaan tersebut membuat PT Bank Mandiri Taspen Pos lebih yakin untuk melayani pensiunan dan mengelola dan pensiun. (www.bankmantap.co.id, 2016)

Namun sesuai dengan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham No. 4 tanggal 6 November 2017 dari Notaris I Gusti Ngurah Putra Wijaya, S.H., Notaris di Denpasar, pemegang saham Bank Menyetujui perubahan nama Bank dari PT Bank Mandiri Taspen Pos menjadi PT Bank Mandiri Taspen. Perubahan nama Bank Tersebut juga telah disetujui oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). PT Bank Mandiri Taspen Pos secara resmi berganti nama dan logo menjadi PT Bank Mandiri Taspen pada tanggal 23 Desember 2017. (www.bankmantap.co.id, 2017)

Strategi Komunikasi Pemasaran erat kaitannya dengan promosi suatu program atau produk. Hal tersebut sangat penting dalam mendorong kesuksesan dalam melakukan pemasaran. Dalam (Kotler dan Amstrong, 2001:76-80) Strategi Komunikasi Pemasaran ada beberapa tahapan yaitu Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Perencanaan adalah tahap awal dalam pemasaran yang meliputi mengembangkan rencana secara strategis lalu mengembangkan rencana pemasaran. Implementasi meliputi pelaksanaan rencana pemasaran. Pengendalian di dalamnya meliputi pengukuran hasil pemasaran, mengevaluasi hasil, dan terakhir mengambil tindakan koreksi. Peneliti ingin mengetahui Tahapan Perencanaan, Tahapan Implementasi, dan Tahapan Pengendalian yang ada pada produk Kredit Mantap Pensiun di Bank Mandiri Taspen. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih Judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun di PT Bank Mandiri Taspen".

1.2 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran Kredit Mantap Pensiun dalam meningkatkan brand awareness di PT Bank Mandiri Taspen.

1.3 Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana Tahapan Perencanaan yang ada di Kredit Mantap Pensiun dalam meningkatkan brand awareness di PT Bank Mandiri Taspen?
- b. Bagaimana Tahapan Implementasi yang ada di Kredit Mantap Pensiun dalam meningkatkan brand awareness di PT Bank Mandiri Taspen?
- c. Bagaimana Tahapan Pengendalian yang ada di Kredit Mantap Pensiun dalam meningkatkan brand awareness di PT Bank Mandiri Taspen?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Kredit Mantap Pensiun dalam meningkatkan brand awareness di PT Bank Mandiri Taspen.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang dapat dilihat secara teoritis dan praktis. Berikut manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan memberikan manfaat dibidang Ilmu Komunikasi, khususnya pemahaman akan strategi komunikasi pemasaran melalui suatu produk.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tentang implementasi strategi komunikasi pemasaran, khususnya pada produk atau program yang dikeluarkan pada Bank lainnya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Divisi Corporate Secretary pada Departemen Marketing Communication Bank Mandiri Taspen berlokasi di Jl. Melati No.65 Dangin Puri Kangin Denpasar, Bali Indonesia. Kegiatan penelitian ini dilakukan oleh peneliti berlangsung selama kurang lebih 5 bulan, dimulai bulan September 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

Kegiatan	Waktu (Bulan)																
	September				Oktober				November				Desember				Januari
Mencari Informasi	■	■	■														
Membuat Pra-Riset				■	■												
Mengumpulkan Konsep dan Teori		■	■	■	■												
Menyusun Proposal Skripsi					■	■	■	■									
<i>Desk Evaluation</i>									■	■							
Perbaikan Proposal Skripsi										■							
Mengumpulkan Data Wawancara Responden											■	■					
Menganalisis Hasil Wawancara												■	■				
Hasil Akhir Penelitian													■	■	■		
Sidang Skripsi																■	■
Bimbingan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 1.1
Waktu Penelitian
(Sumber: Peneliti, 2017)