

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk ini terbentuk pada tanggal 2 Oktober 1998 yang merupakan hasil dari penggabungan atau merger 4 bank pemerintah yang dilakukan oleh Pemerintah Republik Indonesia yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tanggal 4 Desember 1998. Empat bank milik pemerintah tersebut adalah Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim) dan Bank Pembangunan Indonesia (Bank Bapindo), bergabung menjadi Bank Mandiri.

Bank Bumi Daya (BBD) bermula dari nasionalisasi sebuah perusahaan Belanda De Nationale Handelsbank NV, menjadi Bank Umum Negara pada tahun 1959. Pada 1964, Chartered Bank (sebelumnya adalah bank milik Inggris) juga dinasionalisasi, dan Bank Umum Negara diberi hak untuk melanjutkan operasi bank tersebut. Pada tahun 1965, Bank Umum Negara digabungkan ke dalam Bank Negara Indonesia, dan berganti nama menjadi Bank Negara Indonesia Unit IV. Kemudian pada tahun 1968, Bank Negara Indonesia Unit IV beralih menjadi Bank Bumi Daya.

Bank Dagang Negara (BDN) merupakan salah satu Bank tertua di Indonesia. Sebelumnya Bank Dagang Negara dikenal sebagai Nederlandsch Indische Escompto Maatschappij yang didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) pada tahun 1857. Pada tahun 1949 namanya berubah menjadi Escomptobank NV. Selanjutnya, pada tahun 1960 Escomptobank dinasionalisasi dan berubah nama menjadi Bank Dagang Negara, sebuah Bank Pemerintah yang membiayai sektor industri dan pertambangan.

Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim) berawal dari perusahaan dagang Belanda N.V. Nederlansche Handels Maatschppij yang didirikan pada tahun 1842 dan mengembangkan kegiatannya di sektor perbankan pada tahun 1870. Pemerintah Indonesia menasionalisasi perusahaan ini pada tahun 1960, dan

selanjutnya pada tahun 1965 perusahaan ini digabung dengan Bank Negara Indonesia menjadi Bank Negara Indonesia Unit II. Pada tahun 1968 Bank Negara Indonesia Unit II dipecah menjadi dua unit, salah satunya adalah Bank Negara Unit II Divisi Ekspor–Impor, yang akhirnya menjadi Bank Exim, bank pemerintah yang membiayai kegiatan ekspor dan impor.

Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) berawal dari Bank Industri Negara (BIN), sebuah Bank Industri yang didirikan pada tahun 1951. Misi Bank Industri Negara adalah mendukung pengembangan sektor – sektor ekonomi tertentu khususnya perkebunan, industri, dan pertambangan. Bapindo dibentuk sebagai bank milik negara pada tahun 1960 dan BIN kemudian digabung dengan Bank Bapindo. Pada tahun 1970, Bapindo ditugaskan untuk membantu pembangunan nasional melalui pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang pada sektor manufaktur transportasi dan pariwisata.

Keputusan Pemerintah Republik Indonesia untuk melakukan merger atau penggabungan keempat bank tersebut diatas disebabkan karena terjadinya krisis ekonomi regional sejak pertengahan 1997 yang menyebabkan perlunya pembenahan sektor perbankan Indonesia. Untuk itu Pemerintah Republik Indonesia dengan bantuan International Monetary Fund (IMF), Bank Dunia, Asia Development Bank (ADB) telah menetapkan kebijaksanaan dan program rekapitalisasi serta restrukturisasi bank umum baik bank swasta maupun pemerintah. Upaya restrukturisasi dilakukan secara menyeluruh baik berupa perbaikan kualitas aktiva produktif maupun peningkatan efisiensi antara lain melalui pembenahan organisasi, sistem dan sumber daya manusia, penyempurnaan teknologi, serta peningkatan pelayanan kepada nasabah yang merupakan langkah penting yang memungkinkan dunia perbankan untuk membantu pemulihan dunia perbankan Indonesia dan pada umumnya perbaikan ekonomi Indonesia.

Dengan dilakukannya restrukturisasi atas penggabungan bank ke dalam PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk serta rekapitalisasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, maka PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk mempunyai organisasi dan sistem yang lebih efisien serta sumber daya manusia yang professional dan produktif.

Selain latar belakang dan pertimbangan tersebut, pelaksanaan restrukturisasi, kapitalisasi dan merger bank bergabung dalam PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, merupakan komitmen pemerintah Republik Indonesia sebagaimana tercermin dalam Letter of Intent (LOI) pemerintah Republik Indonesia tanggal 16 Maret 1999 dan 14 Mei 1999 yang ditujukan pada IMF. Dalam LOI tersebut dicantumkan acuan - acuan spesifik dan jadwal waktu restrukturisasi serta merger secara hukum.

Setelah menyelesaikan proses merger, Bank Mandiri kemudian memulai proses konsolidasi. Di antaranya menutup 194 kantor cabang yang saling tumpang tindih dan mengurangi jumlah pegawai dari 26.000 menjadi 17.620. Selanjutnya diikuti dengan peluncuran *single brand* di seluruh jaringan melalui iklan dan promosi. Salah satu pencapaian penting adalah penggantian secara menyeluruh platform teknologi. Bank Mandiri mewarisi Sembilan *core banking system* yang berbeda dari keempat *legacy bank*.

Sejak berdiri, Bank Mandiri telah bekerja keras untuk menciptakan tim manajemen yang kuat dan professional yang bekerja berlandaskan pada prinsip – prinsip *Good Governance* yang telah diakui secara internasional. Bank Mandiri disupervisi oleh Dewan Komisaris yang ditunjuk oleh Menteri Negara BUMN yang dipilih berdasarkan anggota komunitas keuangan yang terpendang. Manajemen eksekutif tertinggi adalah Dewan Direksi yang dipimpin oleh Dewan Utama.

Pada tahun 2005 PT. Bank Mandiri mendirikan *Unit Micro Business*. *Unit Micro business* bertanggung jawab atas pembiayaan kredit mikro untuk tujuan produktif dan serbaguna mengingat potensi pasar kredit mikro yang cukup luas. Agar *marketable* dan kompetitif di pasar, maka fitur kredit mikro dimaksud dituntut untuk lebih menarik dengan proses pemberian kredit yang cepat dan sederhana namun tetap menganut prinsip prudential. Pada umumnya kredit mikro bisnis unit berfungsi untuk mengatur mengenai kredit mikro di Bank Mandiri yang terdiri dari Kredit Usaha Mikro (KUM) dan Kredit Serbaguna Mikro (KSM).

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Bank Mandiri Tbk

Berikut adalah visi dan misi dari PT. Bank Mandiri Tbk:

Visi :

Berdasarkan situs resmi (www.bankmandiri.co.id, 19 Maret 2019), PT. Bank Mandiri Tbk memiliki visi, yaitu:

“Indonesia’s best, ASEAN’s prominent”

Misi :

Berdasarkan situs resmi (www.bankmandiri.co.id, 19 Maret 2019), PT. Bank Mandiri Tbk memiliki misi, yaitu:

1. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar.
2. Mengembangkan sumber daya manusia profesional.
3. Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder.
4. Melaksanakan manajemen terbuka.
5. Peduli Terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Mandiri berkomitmen membangun hubungan jangka panjang yang didasari atas kepercayaan baik dengan nasabah bisnis maupun perseorangan. Mandiri melayani seluruh nasabah dengan standar layanan internasional melalui penyediaan solusi keuangan yang inovatif. Mandiri ingin dikenal karena kinerja, sumber daya manusia dan kerjasama tim yang baik.

1.1.3 Logo Perusahaan PT. Bank Mandiri Tbk

Gambar 1.1 berikut ini merupakan logo perusahaan dari PT. Bank Mandiri Tbk .



Gambar 1.1

Logo PT. Bank Mandiri Tbk

Sumber: <http://www.bankmandiri.co.id>

Perubahan pada logo Bank Mandiri, yaitu penghilangan kata “bank”, sehingga hanya kata “mandiri” yang ditulis dengan huruf kecil, penggunaan warna

dasar biru dan kuning, dengan dihiasi gelombang emas cair. Berikut makna dari logo Bank Mandiri :

1. Bentuk logo dengan huruf kecil melambangkan sikap ramah dan rendah hati.
2. Warna huruf biru tua melambangkan rasa nyaman, tenang, menyejukan.
3. Bentuk gelombang emas cair melambangkan sebagai symbol dari kekayaan finansial di Asia.
4. Warna kuning emas melambangkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran, dan kekayaan

1.1.4 Lima Nilai Budaya dan 11 Perilaku Utama Insan Bank Mandiri

Berikut merupakan lima nilai budaya dan 11 perilaku utama insan Bank mandiri:

1. *Trust* (Kepercayaan)
 - a. Jujur, tulus dan terbuka dan tidak sungkan.
 - b. Memberdayakan potensi, tidak silo, selalu bersinergi dan saling menghargai.
2. *Integrity* (Integritas)
 - a. Disiplin, konsisten dan memenuhi komitmen.
 - b. Berpikir, berkata dan bertindak terpuji.
3. *Profesionalisme* (Profesionalisme)
 - a. Handal, tangguh, bertanggung jawab, pembelajar dan percaya diri.
 - b. Berjiwa entrepreneurship dan berani mengambil keputusan dengan risiko yang terukur.
4. *Customer Focus* (Fokus Pelanggan)
 - a. Menggali kebutuhan dan keinginan pelanggan secara pro aktif dan memberikan total solusi.
 - b. Memberikan layanan terbaik dengan cepat, tepat, mudah, akurat dan mengutamakan keputusan pelanggan.
5. *Excellence* (Keunggulan)
 - a. Patriotis, memiliki mental juara dan berani melakukan terobosan.

- b. Inovatif dalam menciptakan kinerja yang melampaui ekspektasi.
- c. Fokus dan disiplin mengeksekusi prioritas.

1.1.5 Produk yang Dijual

Berikut ini merupakan produk pinjaman Bank Mandiri:

1. Simpanan
 - a. Tabungan Rupiah
 - b. Tabungan Rencana
 - c. TabunganKu
 - d. Tabungan Valas
 - e. Tabungan Bisnis
 - f. Giro Rupiah
 - g. Giro Valas
 - h. Deposito Rupiah
 - i. Deposito Valas
2. Pinjaman
 - a. Kredit Serbaguna Mikro
 - b. Kredit Kendaraan Bermotor
 - c. Kredit Kepemilikan Rumah
 - d. Kredit Multiguna
 - e. UMKM
 - f. *Corporate*
3. Investasi dan Asuransi
 - a. Reksadana
 - b. ORI dan Sukuk Ritel
 - c. Asuransi – AXA Mandiri
 - d. Asuransi Kesehatan – Mandiri *InHealth*
 - e. *General Insurance* Jiwa Sejahtera

1.2 Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia telah banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan ini selain disebabkan oleh

perkembangan dari internal dunia perbankan, juga disebabkan dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan, seperti sektor riil dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. sehingga menyebabkan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang didirikan di negara Indonesia.

Persaingan dalam dunia perbankan sangatlah ketat, berdasarkan data yang di *publish* oleh Direktorat Perbankan Indonesia di website <https://www.bi.go.id/id/publikasi/dpi> menyebutkan bahwa di Indonesia terdapat banyak sekali lembaga perbankan yaitu 4 Bank Umum Persero, 35 Bank Umum Swasta Devisa, 30 Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa, 15 Bank Campuran, 10 Kantor Cabang Bank Asing, dan terdapat 26 Bank Pembangunan Daerah. Sehingga dengan banyaknya lembaga perbankan di Indonesia ini memicu persaingan antar perbankan dalam mendapatkan nasabah.

Dalam kurun waktu empat tahun yaitu dari tahun 2015 sampai 2018 yang di *publish* oleh Bank Indonesia di website <https://www.bi.go.id> pertumbuhan kredit tiap tahunnya mengalami peningkatan yang variatif tiap tahunnya. Menurut data dari Bank Indonesia pertumbuhan kredit di tahun 2015 sebesar 9,8%, di tahun 2016 meningkat sebesar 8,3%, lalu di tahun 2017 meningkat sebesar 7,7%, selanjutnya pada tahun 2018 pertumbuhan kredit meningkat sebesar 12,88%. Berdasarkan data diatas dapat di artikan bahwa kebutuhan masyarakat akan kredit di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Seiring dengan meningkatnya kredit setiap tahunnya, maka kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pelaku industri khususnya industri perbankan untuk lebih mengupayakan melakukan penjualan produk. Penjualan *personal selling* merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung antara penjual dengan calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli yang bertujuan melakukan pembelian. Untuk dapat memenangkan persaingan di industri perbankan yang semakin kompetitif, setiap bank dituntut melakukan penjualan yang baik dan juga dengan cara-cara yang kreatif. Penjualan yang baik itu sesuai

dengan langkah-langkah yang ada dalam penjualan *personal selling*, dan juga dengan menerapkan penjualan dengan cara-cara penjualan yang kreatif.

Bank Mandiri merupakan salah satu perbankan yang melakukan penjualan produk dengan cara penjualan *personal selling*. Di dalam Bank Mandiri ini terdapat salah satu unit yang memberikan layanan kepada konsumen yang sedang membutuhkan modal atau pinjaman ataupun kredit. unit tersebut yaitu *Unit Mikro Bussines*. Dalam unit ini terdapat beberapa produk yang dijual di antaranya yaitu kredit dan pinjaman.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada bulan Juni – Juli 2019 saat penulis melaksanakan kegiatan magang dengan Mikro Kredit Sales Supervisor dan Mikro Kredit Sales, selama ini penjualan yang dilakukan dengan cara *personal selling* masih belum memperhatikan langkah-langkah yang ada pada *personal selling* dengan melakukan penjualan dengan cara mereka sendiri, dan juga dalam wawancara itu penjualan yang dilakukan masih secara manual, seperti mengunjungi instansi atau perusahaan dan tempat usaha, namun tidak melakukan teknik atau cara penjualan yang lainnya. Hal itu mengakibatkan terhambatnya penjual dalam mendapatkan calon nasabah.

Ulasan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dan kekurangan pada proses penjualan yang dilakukan mikro sales kredit, contohnya seperti penjualan yang di lakukan hanya mengunjungi calon pembeli, dan juga dalam melakukan penjualan yang masih dilakukan dengan cara penjual itu sendiri. Untuk meningkatkan penjualan Bank Mandiri, langkah-langkah *personal selling* semestinya harus di terapkan dan dilaksanakan dengan benar dan secara seksama supaya dalam melakukan penjualan nantinya akan berhasil baik itu dari awal menentukan calon nasabah hingga produk terjual, dan melakukan penjualan dengan cara yang lain dari yang biasanya dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul ” Tinjauan Aktivitas *Personal Selling* Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan (Pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta Tahun 2019)”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Bagaimana langkah-langkah *personal selling* dalam rangka meningkatkan penjualan pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta?
2. Bagaimana bentuk-bentuk *personal selling* dalam rangka meningkatkan penjualan pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui langkah-langkah *personal selling* dalam rangka meningkatkan penjualan pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta.
2. Mengetahui bentuk-bentuk *personal selling* dalam rangka meningkatkan penjualan pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta?

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang jelas dan pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah, maka batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Objek penelitian adalah Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta.
- b. Lokasi penelitian adalah Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta, Jl. Soekarno Hatta No. 486, Bandung 40266.
- c. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan pelaksanaan *personal selling* sebagai objek penelitian, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *personal selling* dalam rangka meningkatkan penjualan pada Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta.
- d. Waktu dan periode dalam penelitian ini mulai dari bulan Juni sampai dengan Juli 2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
 - 1) Sebagai pedoman dan acuan untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan *personal selling* perusahaan.
 - 2) Sebagai bahan evaluasi untuk pelaksanaan *personal selling*, baik itu kinerja *sales person* dan manajemen perusahaan.
- b. Bagi Penulis
 - 1) Untuk memperdalam pengetahuan penulis, khususnya dibidang *Personal Selling* dalam promosi.
 - 2) Untuk menambah wawasan serta mengaplikasikan segala macam praktika yang mungkin belum didapatkan didalam dunia perkuliahan.
- c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi, penambah informasi dan pedoman bagi penelitian selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang dan bisa menambah pengetahuan dan wawasan mengenai penerapan *personal selling*.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Dalam BAB ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – METODE PENELITIAN

Dalam BAB ini akan dibahas mengenai proses dan metode-metode yang digunakan untuk mendukung penelitian.

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam BAB ini akan dibahas mengenai hasil yang didapatkan setelah melalui segala tahapan penelitian.

BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam BAB ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah peneliti lakukan.