

Analisis Efektifitas ATM Bank "Y" Sebagai Layanan Tambahan Jasa Perbankan Sekaligus Sebagai Alat Pembinaan dan Peningkatan Jumlah Nasabah

Jachielin Helvinda Lada, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184672&lokasi=lokal>

Abstrak

Akibat deregulasi pemerintah di bidang perbankan membuat pertumbuhan bank-bank semakin pesat, dalam menghadapi situasi seperti ini hanya bank yang mampu mempunyai keunggulan bersaing saja yang bisa bertahan. Persaingan di dalam industri perbankan yang makin ketat membuat bank-bank berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi para nasabahnya, sehingga dapat mempertahankan dan meraih nasabah baru. Bank "Y" sebagai salah satu bank swasta devisa nasional terkemuka meluncurkan fasilitas ATM pada tahun 1987, untuk memberikan kemudahan bagi nasabahnya untuk melakukan transaksi dengan Bank "Y" tanpa dibatasi waktu dan tempat. Tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisa efektifitas ATM Bank "Y" sebagai layanan tambahan jasa perbankan bagi para nasabah, dan sekaligus merupakan alat pembinaan nasabah, juga untuk mengetahui apakah sebagai suatu produk baru, ATM Bank "Y" mampu menarik dan mengundang nasabah baru bagi Bank "Y". Skripsi ini disusun menggunakan metode studi kasus. Data dan keterangan yang diperlukan diperoleh dari studi kepustakaan dan penelitian langsung dengan wawancara kepada pejabat bank yang bersangkutan dan pembagian kuesioner kepada nasabah Bank "Y". Upaya Bank "Y" memasarkan ATM dengan menggunakan bauran pemasaran. Strategi produknya dengan kartu ATM yang tidak perlu diganti tiap tahun, fasilitas ATM dengan pengambilan tunai, penyetoran, pengecekan saldo, pemindahbukuan dan pemesanan buku cek, serta keamanan yang terjamin dengan satpam yang menjaga tiap outlet dan sambungan telepon di tiap unit ATM. Strategi harga dengan tidak dikenakannya biaya joining fee, hanya iuran bulanan dan per triwulan. Strategi distribusi dengan menempatkan ATM pada lokasi-lokasi strategis di 80 tempat di seluruh Indonesia. Strategi promosi yang menekankan pada personal selling dan publisitas cukup berhasil untuk mengkomunikasikan fasilitas ATM ini kepada nasabah. Dari penelitian terhadap nasabah dan juga analisis data statistik strategi pemasaran ini cukup berhasil membuat calon nasabah tertarik untuk menjadi nasabah Bank "Y" karena adanya jaringan ATM, berarti ATM cukup efektif untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Sampai saat diselesaikannya penulisan, strategi yang digunakan Bank "Y" melalui jaringan ATM cukup berhasil memperkuat posisi persaingannya. Walaupun demikian masih banyak hal lain yang mempengaruhi pilihan nasabah untuk menggunakan jasa bank tertentu, yaitu tingkat bunga yang ditawarkan, keadaan perekonomian, kebijakan pemerintah, pelayanan bank, kredibilitas dan lainnya. Dengan pelayanan dan kredibilitas yang dimiliki Bank "Y", maka kebanyakan nasabah puas dan merekomendasikan jasa perbankan Bank "Y" kepada rekan-rekannya. Untuk memperkuat efektifitas fasilitas ATM ini maka Bank "Y" perlu melakukan promosi yang lebih gencar dengan personal selling member get member, respon perbaikan yang cepat bila mesin ATM rusak, dan penambahan jumlah ATM di lokasi-lokasi yang strategis.