

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital membuat dunia terus berkembang dan berubah. Mulai dari proses bisnis, sistem pembayaran, hingga *lifestyle* beralih kepada digitalisasi. Termasuk sektor bisnis keuangan dan perbankan yang tengah masif masuk kedalam ekosistem digital ekonomi. Perkembangan pengguna *e-banking* di Indonesia sendiri cukup pesat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan secara data dan pengguna *e-banking* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *e-banking* (SMS banking, phonebanking, mobile banking, dan internet banking) meningkat menjadi 270%, dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 meningkat menjadi 50,4 juta nasabah pada 2014. Sementara jumlah transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat dalam menggunakan perbankan dengan layanan yang mudah semakin meningkat karena dapat diakses dengan mudah dan terjangkau luas.

Dalam upaya membantu masyarakat memenuhi hal tersebut dan agar masyarakat dapat dengan instan mengatur *Life Finance*, Jenius hadir sebagai layanan perbankan terbaru dari BTPN berkomitmen untuk memberi pelayanan istimewa bagi pengguna Banking. Jenius adalah *Banking Reinvented*.

Aplikasi Jenius merupakan sebuah revolusi dalam bidang perbankan dengan proses digitalisasi yang dimulai sejak awal. Jenius menawarkan solusi hidup dan manajemen keuangan yang lengkap serta menyeluruh. Jenius adalah aplikasi perbankan digital revolusioner yang dilengkapi dengan kartu debit Visa dan Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) untuk membantu penggunanya melakukan aktivitas finansial seperti menabung, bertransaksi, atau mengatur keuangan dengan lebih mudah, cerdas, dan aman.

Semua dilakukan dari satu tempat, semua dari ponsel, serta memungkinkan nasabah untuk memiliki rekening bank dan mengelola keuangan dari ponsel, baik yang berbasis Android maupun iOS. Pengguna Android dengan *operating system smartphone* Kitkat 4.2 dan pengguna iPhone dengan *operating system smartphone* iOS 7 bisa segera merasakan pengalaman Banking Reinvented dengan mengunduh aplikasi Jenius di Google Play Store atau App Store. Aplikasi ini diluncurkan oleh Bank BTPN pada 11 Agustus 2016, setelah menjalani masa pengembangan selama 18 bulan dengan total nilai investasi Rp500 miliar.

Dalam operasinya, Jenius terkoneksi dengan ekosistem perbankan nasional dan sistem pembayaran internasional melalui kartu debit Visa. Walaupun memiliki fungsi sebuah bank, Jenius menyerahkan semua akses kepada penggunanya. Sehingga nasabah memiliki kendali atas uang dan pengaturan keuangan mereka sendiri. Jenius lebih dari sebuah bank karena Jenius juga berperan sebagai alat yang membantu penggunanya dalam meraih integrasi yang lancar antara kehidupan dan keuangan sehingga dengan mudah, Nasabah bisa meraih tujuan hidup dan cita-citanya.

Jenius berbeda dari bank pada umumnya karena semua aktivitas perbankan dibuat lebih mudah tanpa harus pergi ke bank atau mengantre panjang dengan banyaknya birokrasi. Semua bisa dilihat, dikelola, dan diatur langsung dari dalam ponsel. Jenius juga mendesain sistem biaya yang unik dan personal sesuai dengan kebutuhan, transparan, serta tidak ada biaya tersembunyi. Seperti bebas biaya tarik tunai serta transfer antar bank masing-masing hingga 25 kali per bulan, bebas biaya administrasi, biaya pembukaan dan penutupan rekening, serta tanpa saldo awal atau saldo minimum.

Dihat di masa digitalisasi ini perkembangan perbankan 3 hingga 5 tahun terakhir ini memang didominasi oleh perkembangan teknologi perbankan menyusul perkembangan digital ekonomi, perbankan semakin memanjakan para nasabahnya dengan melakukan berbagai inovasi agar nasabah dapat melakukan transaksi keuangan tanpa harus kehilangan waktu berlebih. Dengan demikian maka akan memicu persaingan perusahaan perbankan di Indonesia dalam menawarkan aplikasi berbasis *digital*. Perusahaan akan melakukan promosi yang menarik untuk meraih sebanyak mungkin konsumen.

Di tengah persaingan digitalisasi perbankan tersebut, maka seorang *marketing public relations* akan mempunyai peran yang sangat penting. Bagaimanapun juga perusahaan berkembang dikarenakan adanya berbagai kebutuhan dari para konsumen terhadap produk atau jasa sehingga perusahaan akan melakukan inovasi yang nantinya akan ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat pengguna layanan perbankan. Maka dari itu *Marketing Public Relations* mendukung *objective* di bidang pemasaran (Kasali, 2008: 14).

Dalam menjalankan tugas sebagai seorang Marketing Public Relation maka Marketing Public Relation harus mempunyai keterampilan dan kemampuan dalam tawar-menawar, promosi, memberikan informasi yang jelas dan menarik agar masyarakat yang ditawarkan produk dapat memahami dan mengerti tentang informasi yang dijelaskan. Selain itu *Marketing Public Relations* dituntut untuk memahami bahwa di dalam dunia bisnis yang bergerak di bidang jasa, saat ini *intens* persaingan berskala global menuntut pergeseran dasar dalam dunia bisnis itu sendiri. Misi dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai (*value creating and value adding*) bagi pelanggan atau perusahaan (Tjiptono, 2002: 118).

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan, BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional) selalu ingin meningkatkan pelayanan perbankan yang lebih efektif terhadap pengguna layanan perbankan dalam memenuhi kebutuhan, transaksi, serta keamanan banking dalam bertransaksi sehingga dapat mempertahankan loyalitas pengguna perbankan.

Head of Digital Banking Bank BTPN menjelaskan, hasil studi menunjukkan semakin banyak masyarakat digital savvy mulai menyadari pentingnya pengelolaan keuangan. Hal ini agar siap mengantisipasi berbagai kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat.

Strategi BTPN dalam menjaga loyalitas pengguna aplikasi Jenius yaitu melalui upaya-upaya program Marketing Public Relation dalam menawarkan produk untuk menarik minat masyarakat dan mempertahankan penggunaannya. Promosi yang ditawarkan adalah kemudahan dalam bertransaksi, promo biaya transaksi, fitur-fitur yang menarik, dan aplikasi Jenius ini merupakan aplikasi *milleneal*. Promosi ini

ditawarkan atau diiklankan pada Instagram Jenius @Jeniusconnect, melalui booth aplikasi jenius yang sudah tersebar hampir di setiap Mall Jakarta.

1.1 Fokus Penelitian

Marketing Public Relation berperan dalam rangka mencapai tujuan-tujuan organisasi seperti menumbuh kembangkan kesadaran konsumen terhadap produk yang tengah diluncurkan itu; Membangun kesadaran konsumen terhadap citra perusahaan atau manfaat (benefit) atas produk yang ditawarkan/digunakan. Mendorong antusiasme melalui suatu artikel sponsor tentang kegunaan dan manfaat suatu produk. Selain itu, kegiatan MPR pun mampu menekan biaya promosi iklan komersial, baik di media elektronik maupun media cetak dan sebagainya, demi tercapainya efisiensi biaya.

Marketing Public Relations merupakan perpaduan antara unsur Public Relations dengan Marketing. Praktisi Public Relations yang bergerak dalam bidang Marketing Public Relations dapat menarik pelanggan serta meningkatkan citra merk secara bersamaan sehingga biaya promosi secara komersial dapat ditekan, selain itu Marketing Public Relations berperan penting dalam suatu perusahaan maupun organisasi. Hubungan masyarakat yang kreatif dapat memengaruhi kesadaran publik terhadap bagian dari biaya iklan. Perusahaan tidak membayar untuk ruang atau waktu media, tetapi hanya seorang staf untuk mengembangkan dan mensirkulasikan cerita dan mengelola acara tertentu. Menurut Keith Butterick (2012: 55) mengatakan bahwa Marketing Public Relations (MPR) atau Public Relations yang menangani bagian Pemasaran merupakan Public Relations yang secara khusus mendukung aktivitas penjualan. Tujuan MPR sebagaimana di definisikan oleh salah satu teori utamanya Kitchen (2002) dalam Keith Butterick (2012: 55) adalah mendapatkan kesadaran dan membangun penjualan melalui hubungan antar konsumen dan merek ini berarti menggunakan PR sebagai bagian penting dalam aktivitas pemasaran.

Marketing Public Relation di BTPN secara umum bertugas untuk mengajak masyarakat agar menggunakan layanan aplikasi Jenius dengan menjelaskan fitur - fitur dan keuntungan menggunakan Jenius. Marketing Public Relation tidak hanya bergerak di lingkungan internal saja tetapi juga bergerak di lingkungan external yang bertujuan untuk memasyarakatkan tentang penggunaan Aplikasi Jenius.

Dalam konteks Jenius, Marketing Public Relation melakukan kegiatan iklan, publikasi outdoor, upgrade fitur aplikasi, dan publikasi media Sosial.

Adapun iklan jenius sudah dijalankan pada saat Jenius efektif launching dengan menggunakan siaran Televisi SCTV dan publikasi outdoor seperti Spanduk, iklan billboard juga dilakukan pada saat jenius sudah efektif. Sedangkan untuk media sosial, masih digunakan sampai saat ini seperti Instagram dan Facebook untuk menginformasikan terkait promosi dan fitur terbaru.

Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS BTPN DALAM MENJAGA LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI JENIUS”**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi *Marketing Public Relations* BTPN dalam mempertahankan loyalitas pengguna aplikasi jenius di media online instagram serta Peran *Public Relation* dalam melakukan kegiatan promosi di stand external area public khususnya di beberapa Mall.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi Marketing Public Relation dalam mempertahankan pengguna Aplikasi Jenius.
2. Untuk mengetahui Peran Marketing Public Relation Jenius dalam melakukan kegiatan promosi.

1.3 Manfaat Penelitian

Dari Tujuan penelitian yang ditetapkan peneliti berharap peneliti ini akan membawa berbagai manfaat antara lain :

1.3.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi dengan temuan-temuan yang diteliti bagi peneliti maupun program studi, serta berguna dalam merubah pengetahuan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *marketing public relations*.

1.3.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar peneliti ini dapat memberikan manfaat berupa informasi terkait dengan strategi Marketing Public Relations serta inovasi dalam promosi



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa