

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sekolah memiliki berbagai garapan, diantaranya adalah manajemen kurikulum, manajemen kesiswaan, manajemen personel/anggota, manajemen sarana dan prasarana, manajemen keuangan, manajemen hubungan sekolah dan masyarakat, dan manajemen layanan khusus (Rohiat, 2008: 21). Pengembangan SDM di Sekolah tentunya hal yang sangat penting bagi guru untuk mengajarkan kepada para siswa, sejauh ini hanya teori saja yang di dapat oleh para siswa. Saat ini pengembangan sumber daya manusia di sekolah sangatlah kurang diterapkan, maksudnya hanya teori yang diterapkan, seharusnya selain teori yang diterapkan para siswa dan warga sekolah lainnya mampu mempraktekkannya dalam lingkungan sehari-hari maupun di sekolah.

Kerja sama sekolah dan bank merupakan salah satu upaya dalam praktek pengembangan SDM sekolah dan garapan sekolah dalam manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat. Secara konseptual, peran serta masyarakat dalam pendidikan lebih mengacu pada UUSPN No. 20 tahun 2003 pasal 54 ayat 2 bahwa masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pendidikan.

Bank merupakan bagian dari masyarakat yang turut memiliki tanggung jawab terhadap mencerdaskan kehidupan bangsa. Bank secara umum dikenal sebagai lembaga keuangan. Bank Jateng adalah Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah yang pertama kali didirikan di Semarang berdasarkan Surat Persetujuan Menteri Pemerintah Umum & Otonomi Daerah No. DU 57/1/35 tanggal 13 Maret 1963 dan ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral No. 4/Kep/MUBS/63 tanggal 14 Maret 1963 sebagai landasan operasional Jawa Tengah. Seiring perkembangan perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan terutama setelah lepas dari program rekapitalisasi, maka manajemen mengubah logo dan *call name* perusahaan yang merepresentasikan wajah baru Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah, dari sebelumnya Bank BPD Jateng menjadi Bank Jateng (Bank Jateng, 2012: 1).

Pertumbuhan nasabah di kabupaten Sukoharjo menjadikan kantor Cabang Sukoharjo membuka kantor cabang pembantu di Tawang Sari. Bank Jateng Cabang Pembantu Tawang Sari ini diharapkan dapat mendekatkan pelayanan masyarakat dan membantu permodalan masyarakat dalam rangka mengembangkan usahanya. Guna mendekatkan pelayanan kepada nasabah remaja khususnya anak sekolah Bank Jateng Cabang Pembantu Tawang Sari membuat program Bank Jateng *Goes To Schools*. Diharapkan dengan adanya program ini dapat mengenalkan bank kepada anak muda dan serta memotivasi anak-anak sekolah untuk gemar menabung.

Keberhasilan program Bank Jateng *Goes To Schools* yang ditawarkan tergantung pada kemampuan bank itu sendiri untuk memasarkan produknya. Kualitas pemasaran program Bank Jateng *Goes To Schools* yang baik dan menarik akan menarik nasabah baru sehingga dapat meningkatkan minat nasabah yang memakai produk/ jasa bank tersebut. Agar pelaksanaan program tersebut dapat berjalan dengan baik diperlukan manajemen yang tepat. *Total Quality Management* (TQM) merupakan langkah manajemen untuk keberhasilan jangka panjang melalui kepuasan konsumen (nasabah). Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas pemasaran Bank Jateng pada program *goes to schools* berbasis *total quality management*.

TQM adalah sebuah pendekatan praktis, namun strategis, dalam menjalankan roda organisasi yang memfokuskan diri pada kebutuhan pelanggan dan kliennya. Tujuannya adalah untuk mencari hasil yang lebih baik. TQM bukan merupakan sekumpulan slogan, namun merupakan suatu pendekatan sistematis dan hati-hati untuk mencapai tingkatan kualitas yang tepat dengan cara yang konsisten dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. TQM dapat dipahami sebagai filosofi perbaikan tanpa henti hingga tujuan organisasi dapat dicapai dan dengan melibatkan segenap komponen dalam organisasi tersebut (Sallis, 2008: 76).

Kegiatan pemasaran Bank Jateng mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Proses pemasaran ini dianggap penting karena

tentunya merupakan salah satu faktor penentu seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan perusahaan dalam melakukan bisnisnya dan dapat menentukan mengalirnya barang-barang dan jasa ke konsumen secara cepat dan tepat.

Berhasil tidaknya pemasaran Bank Jateng tergantung pada kemampuan manajemen untuk menjembatani kesenjangan-kesenjangan yang terjadi dengan nasabah pemberi jasa. Meskipun faktor yang sulit dikendalikan seperti krisis ekonomi dapat menjadi penyebab penurunan tingkat transaksi dan jumlah nasabah, namun tidak menutup kemungkinan bahwa ketidakpuasan nasabah merupakan salah satu faktor pendukung turunnya tingkat transaksi dan jumlah nasabahnya. Jadi dalam hal ini kualitas pemasaran Bank Jateng merupakan hal penting dalam menentukan keberhasilan Bank Jateng.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arifianto (2010) yang menganalisis tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa perbankan di PT. Bank OCBC NISP Tbk. berdasarkan perbedaan/ kesenjangan antara kenyataan yang diterima konsumen/ nasabah dan harapan yang diinginkannya terhadap persepsi manajemen yang menunjukkan bahwa dimensi utama yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen bank adalah dimensi *responsiveness* yang menyangkut tanggung jawab karyawan bank terhadap kecepatan penyelesaian masalah-masalah nasabah karena hal ini menyangkut masalah kepercayaan nasabah kepada bank. Dalam penelitian

ini, peneliti mendeskripsikan kualitas pemasaran Bank Jateng terhadap nasabah di sekolah pada program Bank Jateng *Goes to Schools* Berbasis *Total Quality Management*. Pemasaran Bank BPD dalam program *Goes To Schools* berbasis TQM perlu dilakukan dengan menjaga kualitas pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar dalam kegiatan pemasaran tidak mengganggu kegiatan belajar mengajar di sekolah.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Kualitas Pemasaran Program Bank Jateng *Goes To Schools* Berbasis *Total Quality Management*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Fokus penelitian dirinci menjadi tiga rumusan masalah.

1. Bagaimanakah pengetahuan SDM sekolah tentang produk-produk Bank Jateng?
2. Bagaimanakah kualitas proses pemasaran Program Bank Jateng *Goes To Schools* Berbasis *Total Quality Management* di sekolah di Kecamatan Tawang Sari?
3. Bagaimanakah minat SDM sekolah untuk menanamkan dana di Bank Jateng?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Kualitas pemasaran program Bank Jateng *Goes to Schools* Berbasis *Total Quality Management*. Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan pengetahuan SDM sekolah tentang produk-produk Bank Jateng.
2. Mendeskripsikan kualitas proses pemasaran Program Bank Jateng *Goes To Schools* Berbasis *Total Quality Management* di sekolah di Kecamatan Tawang Sari.
3. Mendeskripsikan minat SDM sekolah untuk menanamkan dana di Bank Jateng.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Teoritis

Memberikan sumbangan teori atau keilmuan mengenai kerjasama bank dengan sekolah berupa pengelolaan keuangan bagi sekolah, kemudahan guru menerima gaji, dan pembelajaran berhemat kepada siswa dan guru.

## 2. Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada siswa untuk meningkatkan kebiasaan berhemat dan gemar menabung. Bagi guru, penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam mengelola keuangan sekolah maupun pribadi melalui kerjasama dengan Bank. Bagi sekolah dapat memberikan manfaat dalam menjalin kerjasama dengan bank untuk membantu kesulitan keuangan semua SDM sekolah.