



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda Bank**  
**BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung**

Skripsi

Oleh

Verissa Chrisantya Putri

2013320128

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda Bank**  
**BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung**

Skripsi

Oleh

Verissa Chrisantya Putri

2013320128

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**



Nama : Verissa Chrisantya Putri  
Nomor Pokok : 2013320128  
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda Bank  
BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 6 Juli 2017  
Dan dinyatakan LULUS


**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

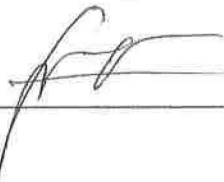
**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

: 

**Anggota**

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Verissa Chrisantya Putri  
NPM : 2013320128  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda  
Bank BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditullis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Juli 2017



Verissa Chrisantya Putri

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Verissa Chrisantya Putri  
NPM : 2013320128  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda  
Bank BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditullis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Juli 2017

Verissa Chrisantya Putri

## ABSTRAK

Nama : Verissa Chrisantya Putri  
NPM : 2013320128  
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda Bank BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung

---

BNI melakukan strategi diferensiasi pada produk Taplus Muda yang ditujukan untuk masyarakat Indonesia berusia 15 sampai dengan 25 tahun. Penelitian ini mengambil lokasi di BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung untuk mengetahui letak dari strategi diferensiasi yang digunakan oleh BNI terhadap produk Taplus Muda dan mengetahui efektivitas dari strategi diferensiasi yang dilakukan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus, sedangkan untuk teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan, melakukan wawancara kepada pegawai BNI dan observasi atau pengamatan yang dilakukan di BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT dan Matriks Internal-Eksternal (*IE Matrix*).

Letak strategi diferensiasi produk Taplus Muda berada pada konten, konteks, dan infrastruktur yang ditawarkan, lalu pertimbangan strategis yang melatarbelakangi produk Taplus Muda dianalisis dengan menggunakan strategi diferensiasi meliputi jenis diferensiasinya. Berdasarkan analisis yang dilakukan, penggunaan strategi diferensiasi pada produk Taplus Muda sudah efektif dengan didukung oleh data nasabah dan komentar nasabah pengguna produk Taplus Muda.

Hasil dari perhitungan Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa posisi perusahaan saat ini berada di kuadran II yaitu *hold and maintain*, strategi yang tepat dan disarankan untuk perusahaan ke depannya yaitu melakukan penetrasi pasar dengan cara meningkatkan pemasarannya pada pasar yang sama dan melakukan pengembangan produk berupa pengembangan fitur dari produk yang sudah ada.

Kata kunci : Diferensiasi, Diferensiasi Produk, Produk Tabungan, Bank

## **ABSTRACT**

*Name* : Verissa Chrisantya Putri  
*NPM* : 2013320128  
*Title* : *Analysis of Differentiation Strategies of Taplus Muda Product in Bank BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung*

---

*BNI applies a differentiation strategy on Taplus Muda product aimed for the Indonesian people at aged 15 to 25 years old. This research took place at BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung to identify the differentiation strategy used by BNI especially Taplus Muda product and to know the effectiveness of differentiation strategy used by BNI.*

*The type of this research is descriptive research using case study method, the data were collected using literature study, interview to BNI employees and observation at BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung. Data were analyzed using SWOT Analysis and Internal-External Matrix (IE Matrix).*

*The location of Taplus Muda's product differentiation strategy was identified from its content, context, and infrastructure offered, then the strategic of considerations underlying the Taplus Muda product were analyzed using type of differentiation strategies. Based on the analysis, the use of differentiation strategy on Taplus Muda product has been effective supported by customer data and comments from Taplus Muda users.*

*The results of Internal-External Matrix calculations have shown that the company's current position is in the quadrant II which is hold and maintain, the strategies suggested for the company in the future are to penetrate the market by increasing its marketing in the same market and doing product development in the form of product feature development which has existed.*

*Key Words* : *Differentiation, Product Differentiation, Savings Product, Bank*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi serta dalam masa perkuliahan, telah banyak pihak yang membimbing, membantu dan mendukung melalui berbagai cara. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesempatan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua, Iis Chrisnadi dan Lya G Emalia yang selalu menyayangi, mendukung dan selalu mendoakan apapun yang terbaik untuk penulis termasuk agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dan dapat lulus sebagai sarjana.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D, selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah membimbing dan membantu penulis sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.



5. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk serta kepada Ibu Kinkin Sakinah selaku Pemimpin Bidang Pembinaan Kantor Layanan di BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung, terima kasih telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di BNI Kantor Cabang Perguruan Tinggi Bandung.
6. Bapak Didit Pamungkas selaku Pemimpin Cabang BNI Pasteur serta Ibu Veny Cieta, terima kasih telah banyak membantu memberikan informasi yang sangat berguna dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Adik-adikku, Vanessa Adinda Rahmadya, terima kasih untuk selalu ada dan mendengar keluh kesah penulis juga menyemangati penulis kapan pun, Vanza Fauzan Raditya yang selalu lapar dan ingin tahu tentang semuanya, semoga kalian menjadi anak yang membanggakan orang tua dan semangat menempuh pendidikan yang masih panjang. Sepupuku Amanda Raissa terimakasih untuk printernya, Siena dan Salma untuk motivasinya.
8. Suhud Hilmy Fauzan. *Best friend and boyfriend ever!* Terima kasih untuk selalu ada setiap saat mendampingi penulis, untuk segala ucapan dan perbuatan yang selalu memotivasi penulis dalam segala hal juga terima kasih untuk kasih sayang yang sudah diberikan selama 5 tahun ini semoga masih berlanjut untuk tahun berikutnya.
9. Rachmasari Dimas Pertiwi teman seperjuangan sejak awal kuliah hingga akhirnya skripsi ini selesai dengan melalui perjuangan yang sangat sulit dan akan selalu dikenang oleh penulis. Jovita Yoganata, Nabilla Fitri, Trivena

Caroline Natalia, Katya Prijanka, Finanda Nurdhany, Aura Sutera, Nabilla Zuraida, Karina Pratiwi. Kalian selaku anggota BONENG, terima kasih karena selalu menjadi semangat penulis dan dimanapun kalian berada selalu ada canda tawa dan cibiran. Terima kasih selalu mendengar cerita penulis dan mengisi hari-hari penulis selama masa perkuliahan.

10. Nen2 yang terdiri dari Medinanissa, Chitra, Agnia, Finanda, Sabrina, Nabila Gita, Vira dan Cindar. Terima kasih telah menjadi motivasi penulis menyelesaikan skripsi karena sebagian besar dari kalian telah lulus mendahului penulis dan harus selalu bersilaturahmi selamanya.
11. Teman-teman seperjuangan administrasi bisnis yang lain termasuk Tanam Saham khususnya Adinda Gita yang telah menemani penulis dari awal kuliah hingga selesai, Laskar Pasundan beserta coach Kevin, Pride Community, Kamplay dan teman-teman FISIP yang telah mengisi masa kuliah penulis dengan penuh pengalaman dan hal baru.
12. Seluruh keluarga besar, teman-teman dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini semoga kebaikan yang kalian berikan akan dibalas oleh Allah SWT.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TEORI PENDUKUNG .....	10
2.1 Strategi Diferensiasi .....	11
2.1.1 Dimensi Diferensiasi.....	11
2.1.2 Jenis Diferensiasi .....	12
2.1.3 Syarat Melakukan Diferensiasi .....	13
2.2 Diferensiasi Produk .....	14
2.2.1 Indikator Diferensiasi Produk .....	15
2.2.2 Langkah dalam Membangun Diferensiasi Produk .....	16
2.2.3 Manfaat Diferensiasi Produk.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	17

BAB III METODE PENELITIAN .....	19
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Metode Penelitian .....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.4 Teknik Analisis Data .....	22
3.4.1 Analisis SWOT .....	22
3.4.2 Matriks SWOT .....	23
3.4.3 Matriks Faktor Evaluasi Eksternal ( <i>EFE Matrix</i> ) .....	24
3.4.4 Matriks Faktor Evaluasi Internal ( <i>IFE Matrix</i> ) .....	26
3.4.5 Matriks Internal – Eksternal ( <i>IE Matrix</i> ) .....	28
BAB IV OBJEK PENELITIAN .....	31
4.1 Sejarah Perusahaan .....	31
4.2 Logo Perusahaan .....	32
4.3 Visi Misi Perusahaan .....	33
4.4 Produk BNI .....	34
4.5 Struktur Organisasi .....	37
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	40
5.1 Letak Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda dalam Perbandingan dengan Produk Taplus .....	40
5.1.1 Diferensiasi Produk .....	40
5.1.2 Perbandingan dengan Produk Taplus .....	47
5.2 Analisis Pertimbangan Strategis; Latar Belakang Produk Taplus Muda dalam Perbandingan dengan Produk Taplus .....	49

5.2.1	Jenis Diferensiasi .....	50
5.3	Analisis Efektivitas Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda .....	53
5.3.1	Data Nasabah Taplus Muda di BNI KCU Perguruan Tinggi Bandung	54
5.3.2	Langkah Strategis Perusahaan; Analisis SWOT .....	59
5.3.3	Matriks SWOT .....	61
5.3.4	Matriks Internal – Eksternal ( <i>IE Matrix</i> ) .....	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		71
6.1	Kesimpulan.....	71
6.1.1	Letak Diferensiasi Produk Taplus Muda (Konten, konteks dan infrastruktur) .....	71
6.1.2	Pertimbangan Strategis yang melatarbelakangi Produk Taplus Muda dalam Perbandingan dengan Produk Taplus .....	73
6.1.3	Efektivitas Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda dengan menggunakan Data Nasabah.....	75
6.2	Saran.....	78
6.2.1	Saran untuk Mempertahankan dan Memperkuat Strategi Diferensiasi Produk Taplus Muda.....	78
6.2.2	Saran dengan melihat pertimbangan strategis yang melatarbelakangi produk Taplus Muda .....	79
6.2.3	Saran untuk langkah strategis produk Taplus Muda .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN .....		84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Penduduk Indonesia tahun 2016.....	4
Gambar I.2 Data Nasabah Taplus Mahasiswa .....	5
Gambar III.1 SWOT Matriks .....	24
Gambar III.2 IE Matriks.....	29
Gambar IV.1 Logo tahun 1946 - 1988 .....	32
Gambar IV.2 Logo tahun 1988 - 2004.....	33
Gambar IV.3 Logo tahun 2004 - sekarang.....	33
Gambar V.1 Pilihan Kartu Debit Taplus Muda .....	43
Gambar V.2 Kartu Debit Taplus .....	48
Gambar V.3 Posisi Strategis Perusahaan .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel III-1 EFE Matriks.....	26
Tabel III-2 IFE Matriks.....	28
Tabel III-3 IE Matriks .....	29
Tabel V-1 Data Nasabah Buku Tabungan .....	55
Tabel V-2 Grafik Data Nasabah Buku Tabungan .....	55
Tabel V-3 Data Nasabah <i>E-Statement</i> .....	56
Tabel V-4 Grafik Data Nasabah <i>E-Statement</i> .....	57
Tabel V-5 Matriks <i>SWOT</i> untuk BNI Taplus Muda .....	64
Tabel V-6 Analisis Matriks Internal ( <i>IFE</i> ).....	66
Tabel V-7 Analisis Matriks Eksternal ( <i>EFE</i> ).....	68

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, masyarakat pada umumnya memiliki banyak kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan mendesak maupun kebutuhan di masa mendatang. Dalam mengatur pengeluaran terhadap kebutuhan hidup, menabung menjadi salah satu cara bagi masyarakat. Menabung merupakan aktivitas dalam meyisihkan sebagian pendapatan yang kita terima dalam rangka membuat kita menjadi lebih bijak dan tidak berlebihan dalam pemakaian uang tersebut.

Pada zaman sekarang ini, menabung menjadi hal yang penting karena gaya masyarakat yang cenderung konsumtif. Menabung dapat dilakukan dimana saja, tetapi keamanan dari aset atau uang yang ditabung harus diperhatikan. Untuk itu, bank menjadi pilihan masyarakat untuk menyimpan uangnya dan melakukan transaksi pembayaran yang diperlukan.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan



menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank di Indonesia sekarang ini sudah semakin banyak, baik bank dalam negeri, maupun bank asing. Banyaknya bank membuat persaingan antar bank semakin ketat, sehingga bank berlomba-lomba dalam mengeluarkan produk dan tawaran yang baik untuk dapat menarik konsumennya, seperti menawarkan berbagai macam produk tabungan dengan mengelompokkan target konsumennya.

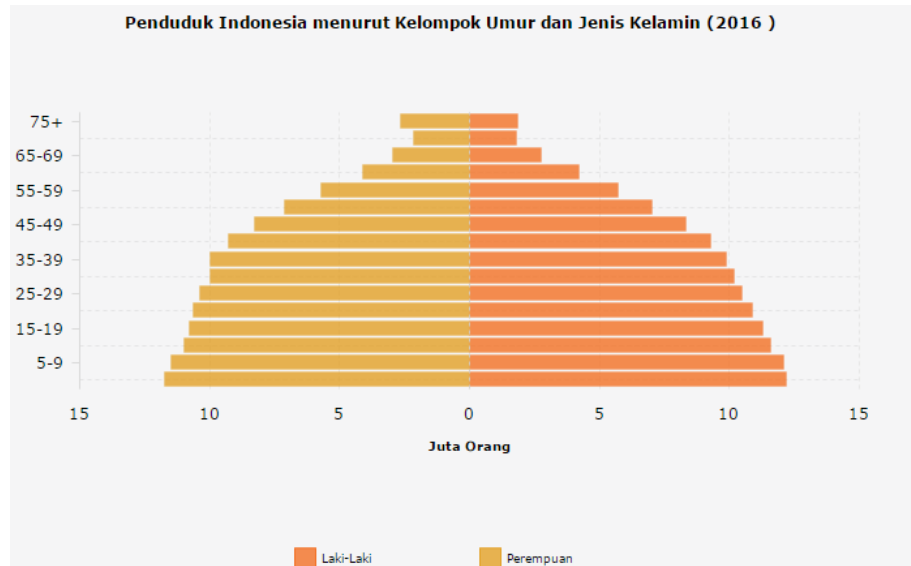
Beragamnya tabungan yang ditawarkan Bank kepada konsumen, membuat konsumen dapat memilih salah satu dari produk Bank tersebut. Tidak hanya orang dewasa yang bisa membuka tabungan di bank, anak-anak pun bisa membuat tabungan sendiri akan tetapi dengan ketentuan dan syarat yang ditetapkan oleh bank masing-masing.

Kini, banyak anak muda khususnya mahasiswa yang sudah berpenghasilan dan membutuhkan tempat untuk menyimpan penghasilannya tersebut, salah satunya yaitu berupa tabungan di bank, tetapi tabungan yang diharapkan berupa tabungan dengan bunga yang tidak terlalu tinggi atau lebih rendah dari tabungan biasanya, umumnya mahasiswa tidak ingin mendapat bunga yang besar karena penghasilan yang didapat belum terlalu banyak dan sebagian masih tergantung orang tua.

Selain untuk menabung, mahasiswa menggunakan bank sebagai sarana untuk melakukan transaksi seperti pembayaran kuliahnya di universitas, transaksi jual beli

barang, dan lain sebagainya. Jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh beberapa bank sangat beragam. Produk tabungan dari salah satu bank di Indonesia menyediakan tabungan untuk kategori remaja yang di dalamnya termasuk mahasiswa yaitu PT.Bank Negara Indonesia (Persero)Tbk. (BNI). Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Produk yang dimiliki Bank BNI sangat banyak dan beragam, salah satunya yaitu Taplus Muda. Taplus Muda merupakan produk turunan dari BNI Taplus dan tabungan ini diperuntukkan bagi kaum muda dengan usia mulai dari 15 sampai dengan 25 tahun.

Menurut hasil proyeksi penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 258 juta orang. Jumlah penduduk perempuan sebanyak 128,71 juta orang dan penduduk laki-laki sebanyak 129,98 juta orang.

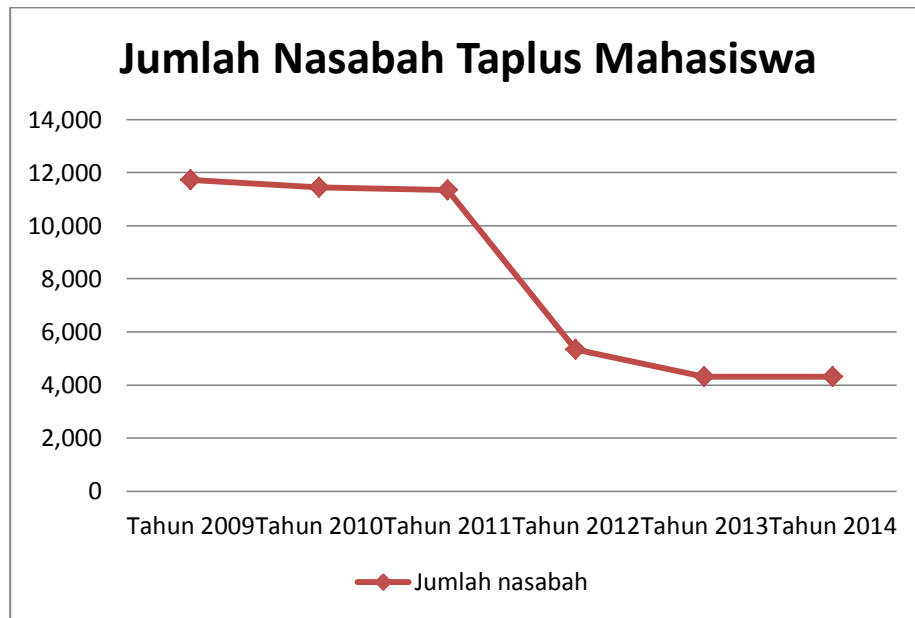


**Gambar I.1**  
**Grafik Penduduk Indonesia tahun 2016**

Dilihat dari data tersebut, menurut BPS, populasi penduduk Indonesia saat ini lebih didominasi oleh kelompok usia produktif yaitu antara 15 sampai dengan 34 tahun. Dengan banyaknya kelompok usia produktif di Indonesia, maka BNI mengeluarkan produk Taplus Muda dalam rangka mendorong pertumbuhan *market share* tabungan BNI terhadap segmen usia muda, pangsa pasar produk Taplus Muda ini yaitu dimulai dari usia 15 sampai dengan 25 tahun.

Selain itu, dibuatnya produk Taplus Muda berawal dari adanya Taplus Mahasiswa yang pertumbuhan *market share*-nya relative rendah dibandingkan dengan pertumbuhan populasi usia muda itu sendiri.

<sup>1</sup> <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/24/bonus-demografi-2016-jumlah-penduduk-indonesia-258-juta-orang>



**Gambar I.2**  
**Data Nasabah Taplus Mahasiswa**

Dilihat dari grafik tersebut, pertumbuhan produk Taplus Mahasiswa semakin tahun semakin rendah karena produk tersebut hanya menargetkan mahasiswa yang perguruan tingginya bekerja sama dengan Bank BNI dan mahasiswa yang sudah lulus dari universitas tersebut sudah tidak lagi menggunakan Taplus Mahasiswa sedangkan penduduk Indonesia didominasi oleh usia produktif yaitu 15 sampai dengan 35 tahun, sehingga tidak semua kaum muda dapat membuka tabungan yang khusus untuk usianya.

Produk Taplus Muda dibuat pada tahun 2010 dan sudah berjalan 6 tahun, hingga saat ini jumlah nasabah Taplus Muda yang ada di cabang utama Perguruan

Tinggi Bandung yaitu berjumlah sekitar 34.000 nasabah, lalu rata-rata kaum muda yang memakai produk ini berusia sekitar 17 sampai 20 tahun.

Strategi diferensiasi produk menjadi salah satu cara bagi Bank BNI agar produk Taplus Muda yang dihasilkan memiliki keunggulan dibandingkan produk lainnya. Menurut Kotler (2002:328), diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.

Diferensiasi produk yang dilakukan oleh Bank BNI terhadap produk Taplus Muda terdapat pada pangsa pasar yang dituju yaitu masyarakat usia muda yang dimulai dari 15 sampai dengan 25 tahun, kemudian diferensiasi produk Taplus Muda terdapat pada fitur yang berupa *e-statement*, *e-statement* merupakan laporan transaksi mutasi yang akan dikirimkan kepada nasabah menggunakan *e-mail*, kemudian diferensiasi Taplus Muda terdapat juga pada desain kartu debit yang terdiri dari 3 pilihan yaitu nasabah dapat memilih *template* dengan gambar dan warna menarik yang telah disediakan, memilih *template* dengan tambahan photo pribadi, dan memilih desain kartu bebas yaitu nasabah dapat menggunakan photo pribadi atau gambar lain sesuai keinginan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Produk Taplus Muda dari Bank BNI ini merupakan produk tabungan yang dibuat dan disediakan untuk kaum muda dari usia 15 tahun sampai dengan 25 tahun, produk tersebut memberi kemudahan bagi konsumen atau nasabahnya untuk bertransaksi dan menabung. Dengan banyaknya produk tabungan atau Taplus yang ditawarkan oleh Bank BNI, maka Bank BNI melakukan strategi diferensiasi produk Taplus Muda untuk membedakan produk Taplus Muda dengan produk Taplus lainnya. Berdasarkan latar belakang yang didapat, rumusan pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Dimana letak diferensiasi produk Taplus Muda jika dibandingkan dengan produk Taplus?
2. Apa pertimbangan strategik yang melatarbelakangi diferensiasi produk Taplus Muda dibandingkan dengan produk Taplus?
3. Apakah strategi diferensiasi produk Taplus Muda sudah efektif? Apa langkah strategis ke depannya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah disebutkan, tujuan dari adanya penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan dari masalah yang diteliti yaitu

1. Untuk mengetahui dan menganalisis letak strategi diferensiasi produk Taplus Muda dibandingkan dengan produk Taplus dalam Bank BNI.
2. Untuk mengetahui pertimbangan strategik yang menjadi latar belakang dari diferensiasi produk Taplus Muda dibandingkan dengan produk Taplus dalam Bank BNI.
3. Untuk mengetahui seberapa efektif strategi diferensiasi produk Taplus Muda serta mengetahui strategi yang diterapkan Bank BNI ke depannya..

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, manfaat yang ingin diperoleh adalah.

- Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, dapat menjadi bahan untuk dapat mengembangkan produknya menjadi lebih menarik dan berbeda dengan produk lain sehingga dapat mendatangkan banyak konsumen, juga dapat mengetahui seberapa

efektif diferensiasi produk yang dipakai serta strategi ke depan yang dapat diterapkan oleh perusahaan.