

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran telah mengubah peran uang tunai yang bias digunakan untuk pembayaran non-tunai yang lebih efektif dan efisien, saat ini, uang elektronik menjadi salah satu sistem pembayaran non-tunai yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, uang elektronik adalah bentuk uang yang tidak memiliki fisik, nilainya diperoleh dari nilai uang yang tidak memiliki fisik, nilainya diperoleh dari nilai uang yang awalnya dititipkan pada penerbitnya dan kemudian ditransfer secara elektronik ke media elektronik berupa kartu chip. Kartu ini berfungsi sebagai server pembayar non-tunai kepada pedagang, bukan sebagai penerbit uang elektronik yang bersangkutan.

Hampir semua perbankan memiliki uang elektronik, seperti Flazz-BCA, E-money-Mandiri, TapCash-BNI, dan Brizzi-BRI. Pada saat ini Khalayak banyak memanfaatkan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Sehingga uang elektronik menjadi produk yang difavoritkan. Uang elektronik dapat menjadi alat untuk pembayaran Transportasi umum (*cashless payment*), pembayaran tol, dan untuk pembayaran di retail store (Indomaret, Alfamart, Alfamidi dll).



Gambar 1. 1 Data Nilai Transaksi Electronic Money

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/tren-belanja-pakai-uang-elektronik-tumbuh-1000-dalam-5-tahun-terakhir>

Menurut data dari databooks bahwa saat ini, uang elektronik sering kali digunakan sebagai pengganti uang tunai dalam proses pembayaran. Pada tahun 2018 transaksi menggunakan uang elektronik tercatat sebesar Rp.3.899.473.945.988, dan hingga pada tahun Januari 2023 tercatat sebanyak Rp.38.538.069.232.027. (Kusnandar, 2023) dapat kenaikan yang signifikan transaksi dengan menggunakan uang elektronik (non tunai). Pada saat ini uang elektronik sangat digemari oleh masyarakat. Karena selain mudah dan praktis Uang Elektronik juga dapat di gunakan di berbagai retail store.

Diantara berbagai macam uang elektronik yang ada, TapCash BNI merupakan Uang Elektronik yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat luas. Dilansir dari keuangan.kontan.co.id bahwa kartu TapCash BNI yang beredar sebanyak 8,89 Juta Kartu TapCash BNI, yang dimana digunakan dalam pembayaran non-tunai di Transportasi Umum dan Minimarket dengan Volume Transaksi sebesar 698 Miliar per Juni 2022 (Dewi, 2022) TapCash BNI merupakan uang elektronik dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. TapCash BNI adalah Uang Elektronik pengganti Uang Tunai yang dapat diisi ulang, digunakan untuk pembayaran di berbagai *merchant* yang bekerjasama dengan BNI seperti di Minimarket (Alfamart, Alfamidi, Family Mart, Circle K, Lawson dll) , Transportasi umum (KRL, Transjakarta, MRT, LRT), pembayaran Gerbang Tol, Parkir dan lain-lain.

Di tahun 2023, PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk mengeluarkan beberapa edisi TapCash Special Event yang bekerjasama dengan PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. , untuk meningkatkan penjualan Tapcash seperti TapCash Java Jazz 2023, TapCash JajaRans, TapCash SKYAVANUE, TapCash Mommy n Mee, TapCash InaCraft, TapCash Gelegar. Yang dimana Tapcash Tersebut hanya bisa dibeli ketika event sedang berlangsung, bisa dikatakan Tapcash diatas adalah TapCash yang hanya di keluarkan ketika Event sedang berlangsung.

PT Bank Negara Indonesia mengeluarkan kartu TapCash *Special Edition* bekerjasama dengan Agensi Kpop yaitu SM Entertainment yang dimana menungi beberapa BoyGroup serta GirlGroup K-pop. PT Bank Negara (Persero), Tbk juga merupakan Bank BUMN pertama yang melakukan kerjasama resmi dengan Agensi Kpop. PT Bank Negara Indonesia (Persero) ,Tbk menjalain kerjasama dengan SM

Entertainment ini dengan membeli lisensi foto *Exclusive* untuk dijadikan sebagai Gambar BNI TapCash. TapCash yang dikeluarkan merupakan *Special Edition* dengan stok *Limited Edition*. PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk pada tanggal 15 Februari 2023 mengeluarkan TapCash BNI NCT 127 dengan foto gambar kesembilan anggota Boygroup NCT 127 serta satu kartu bergambar foto Group. Kartu TapCash tersebut dapat dibeli dengan harga Rp.75.000 dan dapat dibeli di retail store kerja sama dengan PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk yaitu Alfagroup serta juga di Kantor Cabang BNI, Agen46 BNI.



Gambar 1. 2 Foto TapCash SM Entertainment NCT 127

Sumber: Instagram @bni46

Selain mengeluarkan TapCash NCT 127, PT Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk. Juga mengeluarkan beberapa group dari SM Entertainment yaitu, NCT DREAM, RED VALVET, dan SUPER JUNIOR. Yang dimana TapCash tersebut dirilis pada tanggal 1 Juli 2023. Kedepannya PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Di masa depn, TapCash akan terus merilis edisi kerjasama dengan SM Entertinent



Gambar 1. 3 Foto TapCash SM Entertainment NCT Dream

Sumber: Instagram @bni46



Gambar 1. 4 Foto TapCash SM Entertainment Red Velvet

Sumber: Instagram @bni46



Gambar 1. 5 Foto TapCash SM Entertainment Super Junior

Sumber: Instagram @bni46

PT Bank Negara Indonesia memanfaatkan fenomena yang saat ini sedang berlangsung yaitu Fenomena penyebaran budaya korea dengan gelombang yang massif bernama “Hallyu” atau bisa disebut dengan Korean Wave merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan fenomena luar biasa dari budaya populer Korea Selatan, seperti Musik, drama, dan film. Dengan adanya kemajuan teknologi digital, media online seperti Youtube, Facebook dan Twitter menjadi sangat populer dan dimanfaatkan oleh industry hiburan Korea Selatan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Mereka merilis lagu-lagu yang di produksi di mereka melalui sluran youtube dan menyebarluasknya ke seluruh dunia. Fenomena Korean Wave atau bisa disebut Hallyu yang dimana adalah penyebaran budaya Korea Selatan melalui media Hiburan Korea seperti Music (K-Pop), Drama (K-Drama), Fashion.

Korea Selatan telah berhasil mengekspor budaya populer mereka, seperti music dan drama ke negara-negara lain yang dengan antusias meniru budaya tersebut. Fenomena ini kemudian menjadikan Korean Wave sebagai salah satu feomena budaya

terbesar di Asia termasuk Indonesia yang menjadi salah satu negara importir Korean Wave tertinggi. Penelitian yang dilakukan Yoon dan Jin pada tahun 2017 membuktikan bahwa Indonesia menduduki peringkat kedua dari 10 negara dengan presentasi 9,9% sebagai pengonsumsi budaya Korea melalui YouTube, setelah Korea Selatan sendiri. Negara-negara lain juga menjadi pengonsumsi budaya Korea melalui YouTube antara lain Thailand, Vietnam, Amerika Serikat, Jepang, Filipina, Brazil, Meksiko dan negara-negara lainnya (Kala, 2022)



Gambar 1. 6 Diagram Negara Pengonsumsi Kpop

Sumber:

Dilihat dari diagram diatas, Indonesia menempati posisi ke 2 setelah Korea Selatan sebagai negara pengonsumsi budaya Korea Selatan, yang menandai bahwa masyarakat Indonesia sangat antusias dan mengikuti Korean Wave atau Hallyu yang sedang mengalami perkembangan yang pesat di berbagai negara di era milenial ini. Seperti yang kita tahu, Korea Selatan terkenal dengan berbagai industry hiburan yang berhasil menarik perhatian public seperti aktris, actor, penyanyi, boyband dan girl group. PT Bank Negara Indonesia melihat adanya peluang bisnis dari fenomena Korean Wave karena hal tersebut, PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk melakukan kerjasama dengan Agensi SM Entertainment untuk mengeluarkan TapCash BNI yaitu TapCash SM Entertainment. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia bekerjasama dengan SM Entertainment dalam meningkatkan penjualan Tapcash” dengan menggunakan Teori Marketing Mix 7P dari Kotler.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia Bekerjasama dengan SM Entertainment dalam Meningkatkan Penjualan TapCash?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari Rumusan Masalah maka tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia Bekerjasama dengan SM Entertainment dalam meningkatkan Penjualan TapCash NCT

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai materi pembelajaran dan sebagai dasar untuk melakukan penelitian lainnya. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai perbandingan dengan penelitian lainnya dan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi media digital serta wawasan bagi pembaca agar mengetahui bagaimana strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia dalam Meningkatkan Penjualan BNI TapCash

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan pembahasan dalam penyusunan proposal penelitian ini tetap terfokus pada inti permasalahan dan tidak meluas ke masalah lainnya, penulis telah menyusun sistematika penulisan karya ilmiah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bagian ini, peneliti akan membicarakan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Dalam bagian ini, berisi tentang Penelitian terdahulu, Kerangka Konsep, Kerangka Pemikiran dan Teori-teori.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menuliskan cara-cara yang digunakan untuk meneliti seperti pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, paradigma penelitian, sumber data, triangulasi data, hingga jadwal dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bagian ini terdapat tentang hasil dari penelitian yang dihasilkan dari pengumpulan data. Kemudian yang membahas keterkaitan antar faktor-faktor dari data yang diperoleh dalam permasalahan yang diajukan. Kemudian masalah tersebut diselesaikan dengan metode yang diajukan, serta menganalisa hasil penyelesaiannya.

BAB V PENUTUP

Pada Bagian ini berisi tentang Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan Saran yang telah berkaitan dengan hasil pertemuan dalam penelitian. Kesimpulan dan Saran ini terdiri dan saran teoritis dan saran praktis.

