

**UPAYA UNTUK MENINGKATKAN MINAT
MENABUNG PADA PRODUK SIMPEL &
TABUNGANKU DI PT. BPR BKK TAMAN CABANG
MOGA**

Laporan Magang MB-KM

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1 Manajemen**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

Ainaya

Nim: 30401800013

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang MB-KM

**UPAYA UNTUK MENINGKATKAN MINAT
MENABUNG PADA PRODUK SIMPEL &
TABUNGANKU DI PT. BPR BKK TAMAN CABANG
MOGA**

Disusun oleh

Ainaya

Nim: 30401800013

Telah disetujui Oleh Pembimbing dan Selanjutnya

Dapat Diajukan Keadapan Sidang Panitia Pra laporan Magang MB-K

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

UNISSULA
جامعته سلطان اجونغ الإسلامية

Pemalang, Agustus 2021

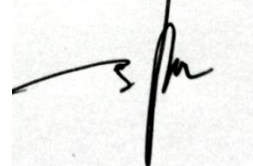
Dosen Pembimbing lapangan



Drs. H. Noor Kholis, MM

NIDK. 0619105901

Dosen Supervisor



Karseno Ndaru S. SE

HALAMAN PENGESAHAN

UPAYA UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENABUNG PADA PRODUK SIMPEL & TABUNGANKU DI PT. BPR BKK TAMAN CABANG MOGA

Disusun oleh

Ainaya

Nim: 30401800013

Telah di pertahankan di depan Penguji

Pada Tanggal 2 Februari 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan

Dosen Supervisor



Drs. H. Noor Kholis, MM
NIDK. 0619105901


Karseno Ndaru S, SE

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Prof. Dr. Tatiek Nurhayati, MM
NIDK. 0605094902


Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIDK. 0624116601

Laporan magang MB-KM ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal Agustus 2021

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, M. Si
NIDK. 0626027201

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN MB-KM

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ainaya
Nim : 30401800013
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan MB-KM dengan Judul **“UPAYA UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENABUNG PADA PRODUK SIMPEL & TABUNGANKU DI PT. BPR BKK TAMAN CABANG MOGA”** merupakan hasil karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai dengan etika atau tradisi keilmuan. Laporan magang MB-KM ini murni dari pemikiran saya sendiri melalui arahan pembimbing. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 22 Juli 2022

Yang Bertanda Tangan



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ainaya', is written over the bottom right portion of the UNISSULA watermark.

Ainaya
Nim. 30401800013

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainaya

NIM : 30401800035

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :
“UPAYA UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENABUNG PADA PRODUK SIMPEL & TABUNGANKU DI PT. BPR BKK TAMAN CABANG MOGA”.

Selanjutnya menyetujui untuk menjadikannya milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan memberikan Hak Bebas Royalti non-selektif untuk disimpan, dipindahkan, diawasi dalam suatu kumpulan data, dan dipublikasikan di web atau media lain untuk kepentingan akademis selama nama pencipta masih tercatat sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Dengan asumsi nanti terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala jenis tuntutan yang muncul akan ditanggung oleh saya pribadi tanpa mengikutsertakan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 31 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Ainaya

ABSTRAK

Upaya Untuk Meningkatkan Minat Menabung Dan Jumlah Nasabah Produk Simpel & Tabunganku Pada Pt. Bpr Bkk Taman Cabang Moga.

Laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PT. BPR BKK TAMAN Cabang Moga dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di PT. BPR BKK TAMAN Cabang Moga. PT. BPR BKK Taman Cabang Moga merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang ada di Kecamatan Moga, yang melakukan kegiatan penghimpunan dananya dalam bentuk tabungan dan deposito. Laporan ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi pustaka dalam pengumpulan datanya. Penyebab dari terjadinya penurunan jumlah nasabah simpel tiap tahunnya dan rendahnya jumlah nasabah produk tabunganku jika dibandingkan dengan produk Tamades adalah karena kurangnya promosi, sosialisasi dan kepercayaan masyarakat terhadap Bank BPR. Adanya permasalahan tersebut membuat PT. BPR BKK Taman Cabang Moga harus mencari solusi untuk setiap permasalahan yang dialami, sehingga bisa mendapat respon yang baik dimasyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tentang upaya yang dilakukan PT. BPR BKK TAMAN Cabang Moga untuk meningkatkan minat menabung masyarakat pada produk Simpel dan Tabunganku adalah dengan lebih mengencangkan lagi kegiatan promosi dan sosialisasinya kepada masyarakat di sekitar kecamatan Moga dengan memanfaatkan media, baik berupa media sosial ataupun elektroniknya, dan meyakinkan setiap calon nasabah bahwa PT. BPR BKK Tamaan Cabang Moga telah terdaftar pada Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sehingga keamanan sudah terjamin, dengan harapan mereka akan menjadi bagian dari PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.

Kata Kunci: Promosi, Sosialisasi, Minat menabung.

ABSTRACT

Efforts To Increase Interest In Saving And The Number Of Customers Of My Simpel & Saving Products At Pt. Bpr Bkk Taman Branch Moga.

This final report aims to determine the strategy used by PT. BPR BKK TAMAN Branch Moga in increase public interest in saving at PT. BPR BKK TAMAN Branch Moga. PT. BPR BKK Taman Branch Moga is one of the Rural Banks in Moga District, which carries out fund-raising activities in the form of savings and deposits. This report uses descriptive analysis method by conducting observations, interviews, and literature studies in collecting data. The cause of the decline in the quantity of straightforward clients every year and the low number of customers for my savings product when compared to Tamades products is due to the lack of promotion, socialization and public trust in BPR Bank. The existence of these problems makes PT. BPR BKK Taman Branch Moga must find a solution for every problem experienced, so that it can get a good response in the community.

Based at the outcomes of studies at the efforts made by PT. BPR BKK TAMAN Moga Branch to increase people's interest in saving money for the Simpel and Tabunganku products is to intensify promotional and outreach activities to communities around the Moga sub-district by utilizing media, either social or electronic media, and convincing every prospective customer that PT. BPR BKK Taman Moga Branch has been registered with the Deposit Insurance Corporation (LPS) so that security is guaranteed, with the hope that they will become part of PT. BPR BKK Taman Branch Moga.

Keywords: Promotion, Socialization, Interest in saving.

جامعنا سلطان أبجوج الإسلامية

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT serta shalawat dan salah selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayahnya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan magang ini dengan baik, yang berjudul *Upaya Untuk Meningkatkan Minat Menabung Pada Produk Simpel & Tabunganku Di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.*

Dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis dan memberikan bantuan, arahan, dan bimbingan, serta saran dan motivasinya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan magang ini dengan sebaik mungkin. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a) Bapak Karseno Ndaru S, SE Selaku Dosen Supervisor yang telah memberikan kesempatan untuk memberikan bimbingan dan saranya kepada penulis dalam menyelesaikan laporan magang MB-KM ini.
- b) Bapak Marhadi, SE Selaku Pimpinan Cabang BPR BKK Taman Cabang Moga, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis dalam melakukan kegiatan Magang MB-KM.
- c) Bapak Drs. Noor Kholis, MM Selaku Dosen Pembimbing Lapangan, atas semua waktu dan bimbingannya serta arahnya kepada penulis dalam menyelesaikan laporan magang MB-KM ini.

- d) Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
- e) Bapak Dr. Ardian Adhiatma, SE., MM selaku ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung atas kebijakannya yang telah memberi kemudahan bagi penulis dalam menyusun dan menyelesaikan laporan magang MB-KM ini.
- f) Bapak Drs. H. bedjo Santoso, M.T., Ph. D selaku rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- g) Kedua orang tua saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan laporan magang ini, baik secara moril dan materiil, serta kepada keluarga besar yang selama ini telah mendukung penulis dalam penyusunan laporan magang MB-KM ini.
- h) Segenap pegawai kantor PT. BPR BKK Taman Cabang Moga yang telah berbagi pengalaman, dan memberikan saranya, serta membantu penulis selama kegiatan magang untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan laporan magang MB-KM ini.
- i) Teman-teman fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu atas semangat dan motivasinya.
- j) Kepada diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini melawan rasa malas dan ego meluangkan waktunya untuk mengerjakan laporan magang ini dengan sebaik mungkin.

k) Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung ataupun tidak langsung selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya laporan akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan akhir MB-KM ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, maka dari itu ide dan kontribusi serta segala kritik yang bermanfaat untuk penyempurnaan laporan ini sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis terutama serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum wr. wb

Pemalang, Juli 2021



Ainaya



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Deskripsi Wilayah	5
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan	6
1.5. Manfaat Magang	7
BAB II PROFIL ORGANISASI	9
2.1 Sejarah perusahaan	9

2.2. Perubahan Bentuk Badan Hukum dari PD menjadi PT	10
2.3. Misi Misi	11
2.4. Struktur Organisasi dan Tugas Jabatan	12
2.5. Produk-Produk di PT.BPR BKK Taman Cabang Moga	20
2.5.1. Produk Simpanan (Funding).....	21
2.5.2. Produk Pembiayaan (Lending)	23
2.6. Aktivitas Magang	25
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH	28
3.1. Penurunan Jumlah Nasabah SimPel.....	28
3.2. Kurangnya Kepercayaan Masyarakat Kepada BPR.....	30
3.3. Kurangnya Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabunganku.....	31
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	34
4.1. Promosi.....	34
4.1.1. Definisi Promosi.....	34
4.1.2 Bauran Promosi.....	35
4.2. Kepercayaan	37
4.2.1. Definisi Kepercayaan	37
4.2.2. Indikator Kepercayaan.....	37
4.3. Minat Nasabah	39
4.3.1. Definisi Minat Nasabah	39
4.3.2. Dimensi Minat Nasaabah.....	39

4.3.3. Indikator Minat Nasabah	40
4.4. Pengertian Tabungan	40
4.4.1 Definisi Tabungan.....	40
4.4.2 Definisi Produk SimPel.....	42
4.4.3 Definisi Produk Tabunganku	43
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
5.1 Analisis Permasalahan.....	45
5.1.1 Penurunan Jumlah Nasabah Simpanan Pelajar.....	45
5.1.2 Kurangnya Kepercayaan Masyarakat Kepada BPR.....	47
5.1.3 Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk Tamades	49
5.2 Upaya Untuk Meningkatkan Minat Menabung Pada Produk SimPel & Tabunganku Di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga	51
5.2.1 Promosi	51
5.2.2 Sosialisasi	55
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	58
6.1 Kesimpulan	58
6.2 Rekomendasi Hasil Analisis	58
6.3 Rekomendasi Bagi Instansi Tempat Magang	59
6.4 Rekomendasi Bagi Program Studi	59
BAB VII REFLEKSI DIRI	61
7.1 Hal Positif Selama Magang	61
7.2 Manfaat Magang Bagi Pengembang Dan Kekurangan Soft Skill	62
7.3 Manfaat Magang Terhadap Kemampuan Kognitif & Kekurangan Kognitif	62
7.4 Kunci Sukses Dalam Bekerja	63
7.5 Rencana Perbaikan Diri, Karir dan Pendidikan	64

DAFTAR PUSTAKA..... 65



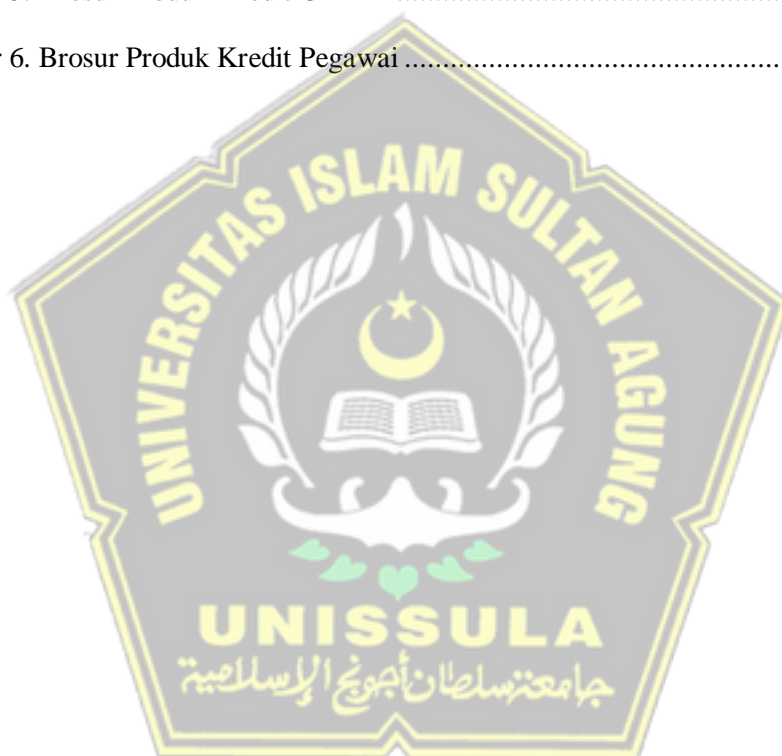
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Nasabah dan Jumlah Saldo Rekening Produk Tabunganku dan Tamades di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.....	3
Tabel 1.2. Tabel Suku Bunga Deposito Berjangka	23
Tabel 1.3. Tabel Angsuran Kredit Amanah	24
Tabel 1.4. Daftar Angsuran Kredit UMKM.....	24
Tabel 1.5. Jumlah Nasabah Produk SimPel	28
Tabel 1.6. Perbandingan Jumlah Nasabah Tabunganku & Tamades	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brosur Produk Tabungan Tamades	21
Gambar 2. Brosur Produk Tabungan Simpel	21
Gambar 3. Brosur Produk Tabungan Tabunganku	22
Gambar 4. Brosur Produk Kredit Amanah	23
Gambar 5. Brosur Produk Kredit UMKM	24
Gambar 6. Brosur Produk Kredit Pegawai	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Hadir Peserta Magang	67
Lampiran 2. Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang.....	76
Lampiran 3. Proses Pembimbingan Laporan Magang DPL.....	93
Lampiran 4. Proses Pembimbingan Laporan Magang Dosen Supervisor	94



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang mempunyai kegiatan utama memberikan pelayanan, kemudahan, dan kenyamanan kepada masyarakat untuk menunjang aktivitas baik produksi maupun konsumsi. Bank merupakan lembaga keuangan yang tugasnya menyimpan serta menyalurkan kembali dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun lainnya guna meningkatkan kinerja perusahaan dibidang keuangan. Sesuai UU No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, disebutkan “bahwa kegiatan di perbankan ada tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Pada saat yang sama, penyediaan layanan perbankan lainnya hanya merupakan kegiatan tambahan yang menjamin kelancaran fungsi kegiatan utama.”.

Perkembangan pada sektor perbankan saat ini tumbuh dengan pesat dan hampir mendominasi kegiatan perekonomian di Indonesia. Bahkan hampir semua sector usaha baik sector industry, pertanian, perdagangan, pertanian, perkebunan, dan jasa maupun individu sangat membutuhkan peran bank dalam melakukan transaksi keuangan. Seiring dengan perkembangan di dunia perbankan dan minat masyarakat yang semakin tinggi dalam melakukan transaksi di lembaga keuangan. Kini banyak Bank yang mulai bermunculan, salah satunya yaitu PT. BPR BKK Taman Cabang Moga yang termasuk Bank yang banyak membantu pertumbuhan

ekonomi di kalangan masyarakat menengah kebawah khususnya di Kecamatan Moga.

Dalam meningkatnya jumlah persaingan bisnis perbankan yang semakin agresif dan fakta bahwa ada begitu banyak jenis bank yang beroperasi saat ini, banyak alasan yang dipertimbangkan konsumen untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan pilihan mereka. Pada situasi persaingan seperti itu, lembaga keuangan ini membutuhkan usaha lebih untuk bisa meningkatkan serta menarik minat nasabah, agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Setiap Bank sudah pasti menawarkan berbagai produk menarik dan kemudahan dalam melakukan transaksi yang tujuannya untuk menarik minat masyarakat agar mereka tertarik untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan, menurut keinginan dan kebutuhan masyarakatnya. Di BPR BKK TAMAN Cabang Moga sendiri, terdapat berbagai varian produk simpanan seperti Tabunganku, Tamades dan Simpel serta produk pembiayaan seperti kredit UMKM dan Kredit Pegawai. Dengan begitu banyaknya variasi produk, BPR berupaya menarik nasabah baru yang dapat membantu meningkatkan jumlah nasabah perusahaan.

Pada laporan ini, penulis akan mengkaji mengenai dua produk yang ada di BPR BKK Taman Cabang Moga, diantaranya Produk Simpel (Simpanan Pelajar) dan Tabunganku. TabunganKu adalah produk tabungan yang ditujukan untuk perorangan atau individu dengan syarat yang mudah dan tergolong ringan yang diberikan oleh bank-bank di Indonesia secara bersama-sama untuk menanamkan kebiasaan menabung dan membangun gambaran bahwa menabung itu mudah dan menguntungkan, suatu bentuk kepedulian sosial perbankan untuk memenuhi

keinginan masyarakat akan barang dagangan tabungan finansial yang tidak terbebani dengan biaya administrasi. Produk Simple merupakan upaya untuk memberikan edukasi pengelolaan keuangan sejak dini dan menarik minat siswa untuk menabung. Tabungan Simpana Pelajar merupakan salah satu produk tabungan di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga yang dibuat khusus untuk pelajar dengan usia maksimal 17 tahun dan belum memiliki KTP.

Berikut tabel perbandingan jumlah nasabah dan saldo untuk produk simpanan di PT.BPR BKK Taman Cabang Moga.

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Nasabah dan Saldo Rekening Produk
Simpanan di BPR BKK Taman Cabang Moga Per Desember

Tahun	Nama Produk					
	Tabunganku		Tamades		Simpel	
	Jml Nasabah	Jml Saldo	Jml Nasabah	Jml saldo	Jml Nasabah	Jml Saldo
2018	1.416	Rp2,525,635,680.00	2.561	Rp1,403,215,515.00	220	Rp5,520,000.00
2019	1.507	Rp2,951,987,303.00	2.690	Rp15,889,264,467.00	199	Rp4,180,000.00
2020	1.617	Rp3,558,680,652.00	2.606	Rp19,096,748,437.00	197	Rp3,030,000.00

Sumber: PT.BPR BKK Taman Cabang Moga

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa jumlah nasabah untuk produk SimPel mengalami penurunan tiap tahunnya, ini dikarenakan beberapa faktor diantaranya kurangnya minat dan pengetahuan dari masyarakat tentang BPR BKK Taman Cabang Moga dan Produknya terutama produk SimPel. Sedangkan Untuk produk

Tabunganku jika melihat dari tabel tersebut jumlah nasabah setiap tahun mengalami peningkatan, tetapi ketika dibandingkan dengan produk Tamades jumlah nasabahnya bisa dibilang masih lebih sedikit. Padahal, kedua produk tersebut mempunyai segmentasi pasar yang sama, hal ini disebabkan karena minat dari masyarakat yang masih rendah terhadap produk Tabunganku.

Oleh sebab itu dengan ada permasalahan tersebut perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah produk SimPel yang dilakukan dengan gencar melaksanakan Promosi dan Sosialisasi kepada masyarakat sekitar untuk menumbuhkan rasa percaya dan minat kepada produk SimPel. Sedangkan penyebab dari kurangnya minat masyarakat untuk menabung pada produk Tabunganku dikarenakan tidak adanya pengembangan produk yang dilakukan oleh pihak Bpr dalam menghadapi persaingan sesama antar produk sesama Bank atau bahkan dengan produk sama yang ada di bank konvensional lain.

Jadi, penulis tertarik untuk membahas dan mengkaji lebih luas tentang Upaya Yang di Lakukan PT.BPR BKK Taman Cabang Moga Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Simpel dan Meningkatkan Minat Menabung Pada Produk Tabunganku. Seiring dengan perkembangan zaman Bank BPR banyak menghadapi tantangan salah satunya tantangan eksternal diantaranya:

a) Teknologi

Perkembangan teknologi telah ada sejak 10 tahun terakhir, telah merubah berbagai aspek dalam dunia industri. Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan salah satu yang memanfaatkan kemajuan teknologi, karena teknologi

mampu meningkatkan produktifitas, serta lebih efisien. Salah satu kemajuan dibidang teknologi adalah munculnya berbagai industri tekfin (teknologi finansial), yaitu perusahaan pembiayaan berbasis aplikasi biasa disebut kredit online. Perkembangan tekfin kedepanya bisa menjadi tantangan untuk bisnis perbankan.

b) Persaingan pasar

Penyedia jasa keuangan yang tersedia saat ini tidak hanya Bank, tetapi terdapat pula lembaga keuangan mikro seperti koperasi, pegadaian, dan lainnya. Untuk BPR BKK Taman Cabang Moga ini terletak di lokasi yang bisa dibilang strategis, oleh karena itu banyak juga penyedia jasa keuangan lainnya yang ada di lokasi tersebut salah satunya Bank Konvensional yaitu Bank BRI dan itu menjadi salah satu saingan BPR antar sesama jenis Bank. Dikarenakan masyarakatnya juga lebih mengenal Bank Konvensional tersebut dari pada Bank BPR. Dan itu menjadi pacuan bagi Bank BPR untuk lebih giat dalam memasarkan produknya serta meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.2 Deskripsi Wilayah

Kecamatan Moga sendiri merupakan salah satu kecamatan yang berada didataran tinggi wilayah kabupaten Pemalang tepatnya di Pemalang selatan. Secara administratif terbagi menjadi 10 desa, antara lain: Plakaran, Mandiraja, Walangsanga, Sima, Banyumudal, Moga, Wangkelang, Kebanggan, Pepedan, Gendoang luas Kecamatan Moga yaitu 3,71% dari total wilayah Kabupaten Pemalang yaitu sekitar 41,41 km² dan terletak + _41km selatan kabupaten

Pemalang. Terdiri dari 71,55% merupakan wilayah pertanian dan 28,45% wilayah non pertanian, hasil utama dari kegiatan pertanian dan perkebunan yang ada di Kecamatan Moga seperti cengkeh, jagung, padi dan sayur-sayuran.

Serta penghasil buah-buahan seperti nanas, pisang dan alpukat. Sebagian besar penduduk kecamatan Moga bekerja sebagai petani, berdagang dipasar, ada juga yang merantau ke ibukota, tetapi ada juga yang membuka usaha sendiri dirumah seperti usaha makanan dan minuman, industri kayu dan insdustri anyaman. Dan memiliki berbagai macam produk unggulan seperti: Anyaman bambu, kerajinan tas, keripik singkong, keripik pisang, jipang ketan, dan bireng. Dengan batasan wilayahnya yaitu:

Utara : Kec. Randudongkal

Selatan: Kec. Pulosari

Timur: Kec. Belik

Barat: Kab. Tegal

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas masalah pokok dalam penulisan laporan ini yaitu:

- a) Bagaimana upaya yang dilakukan PT. BPR BKK Taman Cabang Moga untuk meningkatkan minat menabung pada produk Simpel & Tabunganku di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.

1.4 Tujuan Magang MBKM

Tujuan dalam melaksanakan magang ini, yaitu:

- a) Untuk mengetahui Upaya yang dilakukan PT. BPR BKK Taman Cabang Moga untuk meningkatkan minat menabung pada produk Tabunganku & Simpel di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.

1.5 Manfaat Magang MBKM

Manfaat dari kegiatan Magang MB-KM ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- Adanya hubungan / kerjasama yang baik antara pihak kampus dengan perusahaan sehingga lembaga yang menjadi tempat magang tersebut dikenal oleh kalangan akademis dan dunia pendidikan.
- Adanya kritik yang membangun dari mahasiswa yang melakukan kegiatan magang.
- Perusahaan mendapatkan sedikit bantuan tenaga kerja dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan kegiatan magang.

2. Bagi Universitas

- Menjalin hubungan baik antar dua lembaga baik dari lembaga pendidikan maupun lembaga tempat magang berlangsung.
- Perguruan tinggi akan dikenal didunia Industri.
- Menghasilkan lulusan dengan keterampilan profesional pada level pengetahuan dan keterampilan serta mempunyai etos kerja sesuai kebutuhan yang ada didunia kerja.

3. Bagi Mahasiswa

- Memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk ikut membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada ditempat kerja.

- Mampu meningkatkan keahlian dalam melakukan sosialisasi pada lingkungan kerja.
- Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan bagi mahasiswa di lapangan kerja mengenai dunia kerja.



BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. BPR BKK Taman Cabang Moga merupakan perusahaan daerah yang bergerak dibidang perbankan yang sebelumnya bernama Perusahaan Daerah Badan Kredit Kecamatan Moga (PD. BKK Moga) yang berdiri pada tanggal 25 Oktober 1970, yang selanjutnya ditetapkan sebagai badan kredit Kecamatan.

Selanjutnya berdasarkan Surat Keputusan Deputi Gubernur Bank Indonesia Nomor 9/1/KEP.DpG/2006 tanggal 19 Januari 2007 dan Hibah dari Gubernur Jawa Tengah berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 503/ 10/2007 tanggal 16 Februari 2007 tentang Persetujuan Izin Penggabungan Usaha (Marger). PD. BKK Moga berubah status menjadi PD. BPR BKK Taman Cabang Moga.

Kemudian sejak 1 April 2007, Bank secara resmi melakukan Penggabungan dengan penyesuaian situasi dengan kantor PD. BPR BKK Taman sebagai pusat administrasi dan 5 (lima) PD. BPR BKK misalnya, Ulujami, Petarukan, Bantarbolang, Moga dan Watukumpul sebagai administrasi kantor cabang.

- Anggaran Dasar : No.566/VI/91 Tanggal 3-6-1991
- Notaris : MS. Junaedi, SH dari Pekalongan

- Perubahan Anggaran Dasar Terakhir : No. 14 tgl, 11 Desember 2006
- Notaris : Untung Waluyo, SH dari Pemalang
- Izin Prinsip : SK Gubernur KDH Tk. I Jateng
- Operasional Merger : 01 Maret 2007
- Modal Dasar : Rp. 15.000.000.000

Dasar Hukum:

- a. SK Deputi Gub. BI 9/1/KEP.DpG/2007, tentang Perizinan Penggabungan Usaha (Merger).
- b. SK Gub. Jateng No. 539/10/2007, tentang Persetujuan Izin Penggabungan Usaha (Merger).
- c. SK. Gub Jateng No. 539/11/2007, tentang Pengangkatan Direksi dan Dewan Pengawas PT. BPR BKK Taman Hasil Merger.

2.2 Perubahan Bentuk Badan Hukum Dari PD menjadi PT

Dalam rangka meningkatkan peluang bisnis perusahaan PT. BPR BKK Taman melakukan perubahan bentuk badan hukum, yaitu dari Perusahaan Daerah (PD. BPR) BKK Taman menjadi Perseroan Terbatas (PT. BPR) BKK Taman. Lounching tersebut dilakukan langsung oleh Bapak Haryanto, SE selaku direktur utama dari PT. BPR BKK Taman pada tanggal 7 Maret 2020, agenda ini dilaksanakan bersamaan dengan event undian Tamades tahun 2020. Perubahan tersebut sesuai dengan akta notaris Untung Waluyo, SH No. 06 Tanggal 14

Oktober 2019 dan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU. 00555050. AH.01.01. Tahun 2019 Tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan Terbatas PT. BPR BKK Taman Perseroda. Serta surat persetujuan Pengalihan izin usaha Otoritas Jasa Keuangan no. 5-40/KO.0303/2020. Harapan kedepannya dengan adanya perubahan badan hukum tersebut secara internal untuk mengelola lembaga keuangan ini dengan sehat, dan tentunya bisa bermanfaat bagi seluruh masyarakat dan tetap ingin melakukan pelayanan yang terbaik terhadap lembaga keuangan ini.

2.3 VISI DAN MISI

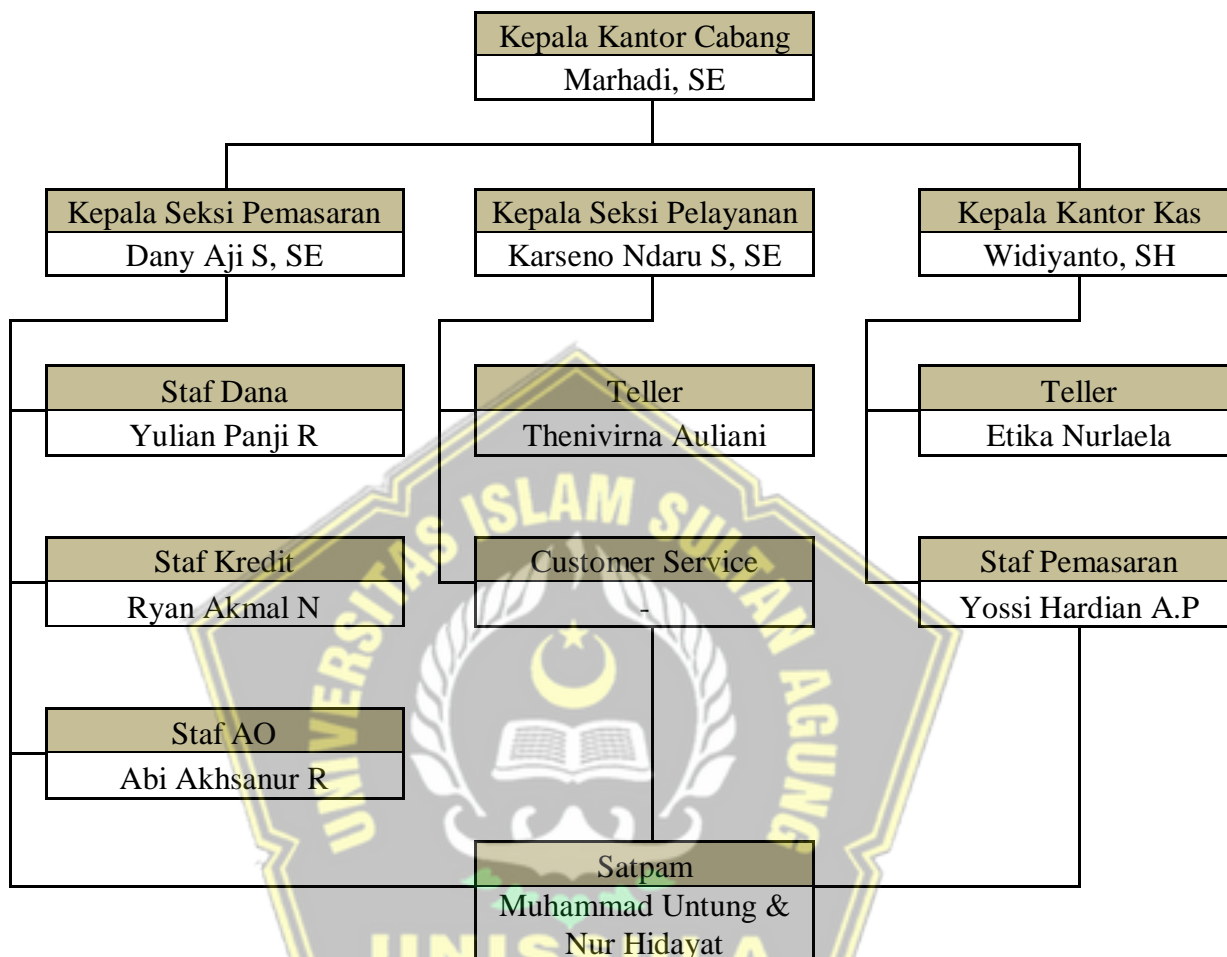
VISI

Mewujudkan PD. BPR BKK Taman yang kuat, sehat, efisien dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan BPR BKK lainnya.

MISI

1. Meningkatkan perkembangan usaha, sebagai lembaga intermediasi agar dapat tumbuh dengan wajar dan selalu eksis.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan selalu berperan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
3. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) agar dapat bekerja lebih profesional.

2.4 Struktur Organisasi dan Tugas Jabatan



Struktur organisasi merupakan komponen-komponen penyusun suatu perusahaan yang berfungsi untuk memperjelas kedudukan setiap posisi agar tidak terjadi tumpang tindih wewenang dan tanggung jawab perorangan, serta mempermudah atasan dalam memberikan tugas secara adil dan sesuai dengan kompetisinya. Dengan adanya struktur organisasi ini juga, pekerjaan akan berjalan lebih optimal, karena organisasi yang tidak terstruktur bisa saja mengakibatkan kinerja perusahaan tidak efektif serta bisa menghambat perkembangan

perusahaan. Berikut struktur organisasi yang terdapat pada PT. BPR BKK Taman Cabang Moga:

1. Pemimpin Cabang

Tugas Pokok Pemimpin Cabang

- a) Melaksanakan program pengembangan organisasi Mendistribusikan dukungan sebagai kredit dengan cara yang baik dan mengumpulkan subsidi dari luar sesuai dengan pengaturan dan fokus untuk mencapai pertumbuhan.
- b) Menekan Non-Performing Loan pada dasarnya sampai batas yang solid tanpa meninggalkan aturan hubungan dengan nasabah.
- c) Memastikan bahwa arsip pembatasan kredit telah memenuhi prasyarat dan terikat tanpa cela dan keamanan kredit sesuai dengan nilai, kualitas, dan likuiditas.
- d) Membuat rencana kerja dan rencana keuangan tahunan sebagai komponen target umum organisasi.
- e) Menjamin bahwa semua transaksi disimpan sesuai dengan prinsip pembukuan perbankan, sehingga laporan keuangan yang adil dapat disampaikan

2. Kepala Seksi Pelayanan

Tugas pokok Kepala Seksi Pelayanan

- a) Menyusun rencana kerja dan anggaran perusahaan.

- b) Menyusun cash flow (perputaran kas) mingguan
- c) Mendistribusikan dan menyampaikan Laporan Keuangan secara teratur (hari ke hari, minggu ke minggu, bulan ke bulan, semesteran dan tahunan).
- d) Menyiapkan laporan kewajiban pemegang rekening yang tidak terpenuhi, menangani pembayaran kembali kredit untuk ditindaklanjuti oleh Kepala Bagian Pemasaran.
- e) Membuat dan menyampaikan laporan Sistem Informasi Debitur (SID) ke Bank Indonesia.

3. Kepala Seksi Pemasaran

Tugas pokok Kepala Seksi Pemasaran:

- a) a) Memantau peningkatan promosi kredit, menampilkan cadangan, hubungan klien dan keterlibatan untuk mencapai hasil yang ideal.
- b) Membuat Laporan Berkala kepada Pimpinan Cabang/Kantor Pusat Operasional terkait dengan pengembangan kredit dan ikrar pihak luar beserta isu dan gagasan untuk pengembangan.
- c) Memastikan bahwa prasyarat otoritatif untuk aplikasi kredit selesai dan catatan pembatasan kredit terikat tanpa cela.
- d) Menyerahkan catatan pemegang utang baru termasuk arsip jaminan/pembatasan kredit untuk organisasi tambahan dan disimpan di brankas laporan.

- e) Membuat laporan tunggakan debitur, melakukan penanggulangan tunggakan kredit
- f) Melakukan negosiasi dalam penanggulangan kredit bermasalah dan mengajukan usulan write off kepada jajaran yang lebih tinggi.
- g) Memantau deposito jatuh tempo dan rekening pengiriman dalam perjalanan (stores in transit) untuk memberikan kepada nasabah melalui customer service.

4. Kepala kantor Kas

Tugas Pokok Kepala kantor Kas

- a) Mengkoordinasikan, mengarahkan, dan menyaring semua aset untuk memperluas pencapaian target tanpa henti yang ditetapkan dalam rencana kerja rencana keuangan tahunan.
- b) Melakukan aktivitas pelayanan kepada nasabah yang melakukan setoran tunai.
- c) Mengelola penyimpanan uang tunai dan penarikan tunai.
- d) Menyusun laporan transaksi setoran dan penarikan tunai.
- e) Menyelenggarakan administrasi dengan memperhatikan prinsip-prinsip administrasi yang aman, cepat, menyenangkan, dan membina hubungan baik dengan nasabah dan mitra bank.
- f) Membina pegawai untuk memiliki kapasitas yang dapat diandalkan, terhormat, dan keterampilan yang luar biasa.

5. Staff Account Officer

Tugas Pokok Staff Account Officer:

- a) Melakukan identifikasi dan seleksi calon nasabah.
- b) Memproses pencairan kredit.
- c) Melakukan penagihan pokok dan bunga yang dananya disektor ke Teller/
Kasir.
- d) Melakukan pembinaan nasabah.

6. Staff Dana

Tugas Pokok Staff Dana

- a) Melakukan penanganan penggunaan dana cadangan, simpanan, dan simpanan lain yang sesuai aturan undang-undang, penelitian sumber daya aset, kualitas penyimpanan, tujuan penyimpanan, pengembangan dan lain-lain.
- b) Menertibkan dan merencanakan secara efisien surat pengesahan untuk penyimpanan aset.
- c) Mengusulkan pembayaran tabungan, dan depositi serta simpanan lainnya kepada Kepala Dinas.
- d) Melakukan pencatatan pada sistem komputer segala sesuatu yang berhubungan dengan adanya nasabah baru.

- e) Melakukan promosi dan instruksi tugas kepada nasabah dengan penekanan pada item dana investasi.

7. Staff Kredit

Tugas Pokok Staff Kredit:

- a) Mencatat setiap jenis aplikasi kredit yang datang dengan cara yang tepat dan sistematis.
- b) Melaksanakan penanganan aplikasi yang diakui termasuk konsistensi untuk prasyarat administratif, penelitian, dan kelayakan asuransi, kemampuan membayar, karakter pemegang rekening, alasan penggunaan, dan masalah penting lain yang dianggap sebagai aturan pengaturan kredit yang tidak bermasalah.
- c) Mengajukan permohonan kredit kepada pemimpin, baik yang diberhentikan maupun yang diusulkan untuk disahkan.
- d) Mengeluarkan dan merencanakan dengan tepat sesuai Surat Persetujuan Kredit untuk kredit yang sudah diterima, atau surat tanggapan untuk kredit yang mungkin tidak di terima.
- e) Melakukan analisis kredit.
- f) pencatatan pada sistem komputer segala sesuatu yang berkaitan dengan adanya debitur baru.

- g) Melakukan verifikasi akhir terhadap dokumen permohonan kredit dan agunan.
- h) Melaksanakan akad kredit.
- i) Mengusulkan pencairan kredit.

6. Teller

Tugas Pokok Teller:

- a) Membuka dan menutup cash vault.
- b) Seorang Teller harus datang tepat waktu dan memastikan semua peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan bisa berfungsi dengan baik.
- c) Membuat catatan kredit dan debit yang dibuat setiap hari kemudian memeriksa uang tunai yang ada di brankas dengan catatan.
- d) Melakukan Pengesahan penarikan dana dari pihak luar.
- e) Mengambil suatu tindakan untuk melindungi uang jika terjadi pemalsuan.
- f) Persetujuan pembukaan rekening pihak ketiga.
- g) Membuat laporan kas harian.
- h) Menjaga kesiapan sistem pengamanan kas.

8. Staf Marketing

Tugas Pokok Staf Marketing

- a) Menjual dan mempromosikan barang dan jasa perbankan BPR, khususnya produk-produk perkreditan.
- b) Melakukan pemeriksaan dan pengecekan keabsahan catatan dan arsip untuk setiap penggunaan kredit dari pemegang utang dekat.
- c) Melakukan permintaan cek SID
- d) Melakukan survey kealamat rumah, tempat usaha dan agunan guna mengumpulkan data dan informasi minimal meliputi character, capacity, capital, collateral, dan condition sebagai dasar analisa persetujuan kredit.
- e) Melakukan monitoring dan pengawasan terhadap ketertiban angsuran kredit yang dilakukan oleh debitur.
- f) Melakukan kunjungan untuk mengedukasi dan pembinaan kepada debitur serta melakukan penagihan atas keterlambatan pembayaran angsuran kredit yang menjadi kelolanya.

9. Satpam

Tugas Pokok Satpam

- a) Menjaga keamanan serta ketertiban dilingkungan kerja perusahaan khususnya pengamanan fisik (physical security), bagi para karyawan dan nasabah yang datang ke kantor.
- b) Memberikan pengawasan terhadap wilayah disekitar Bank.

- c) Menyambut nasabah dengan membukakan pintu dan memberi salam dengan ramah kepada setiap nasabah yang datang ke bank.
- d) Menanyakan keperluan nasabah dan memberikan nomor antrian sesuai dengan keperluan nasabah.
- e) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan informasi.

2.5 Produk- Produk PT. BPR BKK Taman Cabang Moga

Produk- produk yang ada di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga antara lain:

2.5.1 Produk Simpanan (Funding)

Beberapa produk simpanan (Funding) yang ada di PT.BPR BKK Taman adalah sebagai berikut:

- a) Tamades



Gambar 1: Brosur tabungan tamades

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi penabung perorangan, perusahaan, badan usaha, yayasan maupun instansi. Tamades memberikan kemudahan dan keringanan bagi para nasabahnya untuk memiliki suatu investasi jangka panjang berupa rekening tabungan.

Keunggulann dari produk tamades yaitu, nasabah berhak mendapatkan kesempatan mengikuti gebyar hadiah. Adapun ketentuan menjadi nasaba Tamades yaitu dengan melakukan setoran awal Rp. 20.000 untuk umum dan Rp. 10.000 untuk pelajar, dengan biaya pengelolaan tabungan Rp. 2.000 perbulanya.

b) Simpel



Gambar 2: Brosur produk simple

Rekening bank untuk siswa yang diberikan secara luas oleh bank-bank di Indonesia, dengan prasyarat sederhana yaitu syarat usia < 17 Tahun dan belum memiliki KTP serta syarat yang mendasar dengan karakteristik yang memikat, dalam rangka untuk memberikan pada anak-remaja tentang budaya menabung sejak dini.

c) Tabunganku



Gambar 3: Brosur produk Tabunganku

Merupakan tabungan yang ditujukan bagi masyarakat dengan syarat yang mudah dan ringan serta sederhana yang diberikan oleh bank-bank di

Indonesia untuk membangun kebiasaan menabung pada masyarakat. Dengan ketentuan menyisihkan cicilan pokok sebesar Rp. 10.000.

d) Deposito Berjangka

Merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan Bank. Dengan ketentuan diperuntukkan bagi perorangan, instansi, badan usaha maupun yayasan, bunga diitung dan dibayarkan sesuai dengan tanggal jatuh tempo dan dapat dibukukan direkening tabungan, pengambilan deposito sebelum jatuh tempo akan dikenakan penalty rate. Berikut tabel suku bunga untuk deposito berjangka di PT.BPR BKK Taman Cabang Moga.

1.2 Tabel Suku Bunga Deposito Berjangka

DEPOSITO BERJANGKA UMUM :	SUKU BUNGA
1 Bulan	5,25 %
3 Bulan	5,50 %
6 Bulan	5,75 %
12 Bulan	6,00 %

DEPOSITO BERJANGKA LEMBAGA :	SUKU BUNGA
1 Bulan	6,50 %
3 Bulan	6,25 %
6 Bulan	6,00 %
12 Bulan	5,75 %

2.5.2 Produk Pembiayaan (Lending)

Beberapa produk simpanan (Funding) yang ada di PT.BPR BKK Taman adalah sebagai berikut:

a) Kredit Amanah



Gambar 5: Brosur Kredit Amanah

Tabel 1.3 Tabel Angsuran Kredit Amanah

PLAFON KREDIT	ANGSURAN PER BULAN												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
500.000	504.500	254.500	171.167	129.500	104.500	87.833							
1.000.000	1.009.000	509.000	342.333	259.000	209.000	175.667	151.857	134.000	120.111	109.000			
1.500.000	1.513.500	763.500	513.500	388.000	313.500	263.500	227.786	201.000	180.167	163.500	149.804	138.500	
2.000.000	2.018.000	1.018.000	684.667	518.000	418.000	351.333	303.714	268.000	240.222	218.000	199.318	184.667	
2.500.000	2.522.500	1.272.000	855.833	647.000	522.500	439.167	379.643	335.000	300.278	272.500	249.773	230.833	
3.000.000	3.027.000	1.527.000	1.027.000	777.000	627.000	527.000	455.571	402.000	360.333	327.000	299.727	277.000	

Keuntungan:

- Tanpa biaya provisi
- Tanpa jaminan
- Suku bunga 0.9% perbulan
- Plafon maksimal 3 juta dengan jannnga waktu sampai 12 bulan.

b) Kredit UMKM

Merupakan fasilitas pemnerian kredit yang diperuntutkan bagi para pedagang buah dan sayur.

Tabel 1.4 Daftar Angsuran Kredit UMKM

Daftar Angsuran Kredit UMKM

No.	Plafond Kredit	JANGKA WAKTU		
		12 BULAN	24 BULAN	36 BULAN
		1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun
1	1.000.000	95.833	54.167	40.278
2	2.000.000	191.667	108.333	80.556
3	3.000.000	287.500	162.500	120.833
4	4.000.000	383.333	216.667	161.111
5	5.000.000	479.167	270.833	201.389
6	6.000.000	575.000	325.000	241.667
7	7.000.000	670.833	379.167	281.944
8	8.000.000	766.667	433.333	322.222
9	9.000.000	862.500	487.500	362.500
10	10.000.000	958.333	541.667	402.778
11	11.000.000	1.054.167	595.833	443.056
12	12.000.000	1.150.000	650.000	483.333
13	13.000.000	1.245.833	704.167	523.611
14	14.000.000	1.341.667	758.333	563.889
15	15.000.000	1.437.500	812.500	604.167
16	16.000.000	1.533.333	866.667	644.444
17	17.000.000	1.629.167	920.833	684.722
18	18.000.000	1.725.000	975.000	725.000
19	19.000.000	1.820.833	1.029.167	765.278
20	20.000.000	1.916.667	1.083.333	805.556

c) Kredit Pegawai



Gambar 6: Brosur Kredit Pegawai

Merupakan salah satu produk kredit yang diperuntukkan bagi pegawai negeri maupun pegawai swasta yang mempunyai penghasilan tetap. Yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik untuk dana pendidikan, modal kerja, maupun konsumtif.

2.6 Aktivitas Magang

Aktivitas magang di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga berlangsung dari tanggal 9 April sampai dengan 15 Juli 2021 selama 6 hari kerja yaitu Senin sampai dengan Jum'at, dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB sedangkan

jam untuk hari Jum'at hanya sampai pukul 15.00 WIB. Selama kegiatan magang ditempatkan di Bagian Pembukuan dan pernah juga di staf pemasaran. Adapun uraian kegiatan magang di PT BPR BKK Taman Cabang Moga dapat dilihat pada di bawah ini:

1) Pengarsipan bukti transaksi

Pengarsipan bukti transaksi merupakan catatan penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, penyimpanannya juga harus efisien sehingga tidak sulit untuk dilacak saat dibutuhkan dan tidak mudah rusak. Dalam melakukan tugas ini, penulis melakukan pengarsipan pada bukti transaksi di hari sebelumnya yang sudah diurutkan yaitu dari transaksi akhir hingga awal. Sebelum memulai pengarsipan penulis biasanya mencetak terlebih dahulu mutasi dan kas guna memudahkan penulis untuk melakukan tugasnya. Untuk alat pendukungnya penulis biasanya menggunakan snelhecter (pelubang kertas), stepler dan lem. Kemudian setelah pengarsipan bukti transaksi per hari, selanjutnya dilakukan pengarsipan bukti transaksi perbulan dengan mengarsipkan sesuai urutan tanggal.

2) Desposisi surat / mengagendakan surat keluar dibuku agenda

Mengagendakan surat adalah tindakan pencatatan surat aktif ke dalam buku rencana (jurnal). Buku ini bisa disebut sebagai buku agenda keluar. Setiap surat keluar dicatat dan diberikan nomor paket surat yang aktif. Fungsi buku agenda, meliputi:

1. Sebagai tanda bukti keluar masuknya surat.

2. Untuk mengetahui jumlah surat masuk maupun keluar dalam jangka waktu tertentu.
3. Untuk mengetahui penomoran surat yang aktif.
4. Untuk membantu dalam melakukan pencarian surat.

Untuk melakukan tugasnya penulis biasanya diberi tugas oleh staf kredit untuk menuliskan surat keluar dibuku agenda dengan cara menuliskan nomor, no surat, tujuan, isi atau perihal surat tersebut, serta tanggal surat tsb akan dikirimkan.

- 3) Membantu teller menghitung kas

Setelah magang berjalan 2 minggu penulis dipercaya memantu teller untuk membantu menghitung kas harian. Caranya, dengan menuliskan nominal bukti transaksi perharinya. Untuk penarikan dikolom kredit sedangkan untuk setoran dikolom debit. Untuk tugas ini dibutuhkan ketelitian karena jika kurang teliti maka hasil perhitungan akan ada selisih pada jumlah kas.

- 4) Penyusunan rencana kerja dan anggaran perusahaan

Bertujuan untuk membantu merencanakan kegiatan yang ada dikantor serta melakukan budgetting untuk memberikan perkiraan berapa banyak subsidi yang akan dipakai untuk kegiatan tersebut. Dalam hal ini biasanya penulis menuliskan kegiatan- kegiatan beserta besar nominal untuk kegiatan tersebut yang akan dilaksanakan untuk hari berikutnya.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

Permasalahan dalam suatu organisasi merupakan suatu hal yang harus dihadapi dan kadang sulit untuk dihindari. Permasalahan tersebut muncul bisa dari berbagai aspek, berdasarkan data di latar belakang bahwa jumlah nasabah untuk produk tabunganku lebih rendah dibandingkan produk Tamades. Adapun permasalahan yang penulis angkat dalam laporan magang ini adalah sebagai berikut:

3.1 Penurunan Jumlah Nasabah

Penurunan nasabah pada suatu bank merupakan suatu alat yang bisa dijadikan untuk mengevaluasi tentang kinerja yang telah dilakukan sesuai atau tidak dengan prosedur yang ada. Penurunan jumlah nasabah sendiri dapat terjadi karena faktor internal seperti kinerja sdm dan kualitas produknya sedangkan untuk faktor eksternal seperti minat masyarakat, modal, dan lingkungan. Seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.5 Jumlah Nasabah Produk SimPel

Simpel		
Tahun	Jml Nasabah	Jml Saldo
2018	220	Rp5,520,000.00
2019	199	Rp4,180,000.00
2020	197	Rp3,030,000.00

Dari table di atas penurunan jumlah nasabah pada tabungana simpanan pelajar memang tidak signifikan dari tahun ke tahun tetapi hal tersebut perlu diketahui penyebabnya dan solusi untuk menyelesaikan. Penurunan jumlah nasabah pada tabungan Simpanan Pelajar disebabkan karena factor-faktor sebagai berikut:

a) Factor Internal

Factor internal yang menyebabkan turunya jumlah nasabah simpanan pelajar di PT. BPR BKK Taman adalah karena kurangnya media promosi yang dilakukan oleh karyawan BPR sehingga sebagian dari masyarakat di Kecamatan Moga belum mengetahui adanya BPR. Selama ini PT. BPR BKK Taman Cabang Moga hanya mengandalkan promosi secara langsung dimana jika ada staff yang kurang menguasai produknya masyarakat menjadi tidak tertarik dan kurang percaya.

b) Factor Eksternal

Factor eksternal yang menyebabkan turunya jumlah nasabah Simpanan Pelajar di PT. BPR BKK Taman karena kurangnya pengetahuan dan kepercayaan dari masyarakat untuk menginvestasikan dananya disana. Kedua masalah tersebut merupakan permasalahan penting yang harus diselesaikan oleh PT. BPR BKK Taman Moga, karena jika masyarakat banyak yang belum mengetahui adanya BPR, akan sulit bagi BPR untuk memperluas target pasarnya dan mendapatkan banyak nasabah. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai BPR juga berpengaruh terhadap kepercayaan mereka untuk berinvestasi disana karena belum mengetahui system operasional dan prinsip-prinsip yang digunakan.

3.2 Kurangnya Kepercayaan Masyarakat Tentang PT. BPR BKK Taman Cabang Moga

Kepercayaan menjadi bentuk keyakinan seseorang dalam menentukan sesuatu, kepercayaan merupakan modal utama dalam melakukan hubungan kerja dalam dunia kerja, terlebih lagi dalam dunia perbankan karena hubungan kepercayaan nasabah dan perbankan merupakan satu kesatuan yang saling membutuhkan. Tetapi berbeda yang dialami oleh PT. BPR BKK Taman Cabang Moga karena hanya sedikit masyarakat yang mempercayai untuk berinvestasi di Lembaga keuangan ini, Permasalahan yang dialami oleh PT. BPR BKK Taman Cabang Moga dalam upayanya untuk meningkatkan minat menabung masyarakat adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang BPR. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih memilih untuk menginvestasikan dananya pada Lembaga keuangan yang sudah jelas mereka ketahui sebelumnya baik secara prinsipnya ataupun system operasional yang digunakan pada BPR, seperti Bank yang ada di sekitar Kecamatan Moga juga yang merupakan pesaing bagi BPR BKK Taman Cabang Moga yaitu ada Bank BRI. Selain itu factor lain yang menyebabkan kurang kepercayaan dari masyarakat adalah masyarakat kurang yakin untuk melakukan investasi di BPR karena banyak juga masyarakat sekitar Kecamatan Moga yang belum mengetahui apa itu BPR, kebanyakan dari mereka hanya mengetahui BPR sebagai tempat untuk melakukan pembiayaan dan lokasi yang mereka ketahui pun PT. BPR BKK Taman yang merupakan kantor pusat dan berada di Kabupaten.

3.3 Kurangnya Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabunganku

Produk adalah segala sesuatu yang bisa dipromosikan oleh perusahaan dan dapat diperhatikan atau di beli oleh konsumen. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa sudah semestinya PT. BPR BKK Taman Cabang Moga memberikan produk yang berkualitas. PT. BPR BKK Taman menawarkan produk berupa produk simpanan dan pembiayaan. Untuk Produk Simpanan yaitu produk Tabunganku, SimPel dan Tamades. Sedangkan untuk produk Pembiayaan yaitu kredit Amanah, Kredit UMKM, dan Kredit Pegawai yang semuanya memiliki sasaran dan keunggulan masing-masing untuk menarik minat masyarakat. Berbicara mengenai minat, minat merupakan keinginan yang timbul dalam diri seorang individu untuk membeli atau menggunakan produk.

Menurut Andi Mappiare, ada dua faktor yang menyebabkan timbulnya minat, yaitu:

1. Internal (Bobot, Umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu dan kepribadian).
2. Eksternal (lingkungan sekolah, keluarga dan masyarakat).

Sedangkan Faktor yang mempengaruhi terjadinya minat menurut Crow and Crow dikutip dalam bukunya Abdul Rahman Saleh ada tiga faktor yaitu:

1. Dorongan dari Individu, seperti rasa ingin tahu.
2. Motif Sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

3. Faktor emosi, minat erat hubunganya dengan emosi.

Dibawah ini merupakan tabel perbandingan untuk produk Tabunganku dan Tamades dalam 3 tahun terakhir.

Tabel 1.6
Perbandingan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku dan Tamades

Tahun,	Tabunganku		Tamades	
	Jml Nasabah	Jml Saldo	Jml Nasabah	Jml Saldo
2018	1.416	Rp2,525,635,680.00	2.561	Rp1,403,215,515.00
2019	1.507	Rp2,951,987,303.00	2.690	Rp15,889,264,467.00
2020	1.617	Rp3,558,680,652.00	2.606	Rp19,096,748,437.00

Berdasarkan table diatas bahwa perbandingan jumlah nasabah Tabunganku dan Tamades dari tahun 2018-2020 mempunyai perbedaan nasabah yang cukup signifikan. Hal ini dikarenakan factor internal dan eksternal diantaranya karena dari produknya sendiri yang mungkin belum atau tidak semenarik produk simpanan lainya yang ada di BPR BKK Taman Cabang Moga dan juga karena minat atau keinginan masyarakat untuk produk tabunganku bisa dibilang masih rendah, dan juga karena masyarakat kurang mengetahui adanya produk Tabunganku di BPR BKK Taman Cabang Moga yang disebabkan kurangnya promosi dan sosialisasi pihak BPR kepada masyarakat untuk produk Tabunganku, mereka lebih focus pada produk yang sudah banyak peminatnya karena lebih mudah untuk menarik nasabah baru. Jika dilihat dari kelebihan antara

produk Tabunganku dan Tamades juga lebih menarik produk Tamades karena berkesempatan mendapatkan undian berhadiah tiap tahunnya, sedangkan kelebihan dari produk Tabunganku yaitu setoran awal yang murah dan bebas biaya admin perbulan dan itu kurang menarik minat masyarakat karena masyarakat lebih tertarik dengan produk yang berhadiah.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Promosi

4.1.1 Definisi Promosi

Promosi berasal dari kata *Promote*, yang berarti meningkatkan atau mengembangkan dalam bahasa Inggris. Promosi merupakan salah satu dari unsur bauran pemasaran (marketing mix) yang fungsinya untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen.

Definisi promosi menurut Kotler dan Keller dalam Simamora (2018), Promosi merupakan segala jenis bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi maupun individu.

Menurut Lupiyoadi 2006 dalam kajian pustaka 2016, Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

4.1.2 Bauran Promosi

Menurut Kottler dan Amstrong (2012:432), Bauran promosi atau disebut dengan Marketing Communication Mix adalah campuran instrumen waktu terbatas yang digunakan oleh organisasi untuk menyampaikan nilai kepada pembeli dan membangun asosiasi dengan pembeli.

Menurut Swastha dan Irawan 2014 (dalam Madjue, 2018:6) ada empat macam variable promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan, baik produk maupun jasanya yaitu:

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan sarana yang digunakan untuk mengenalkan produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Informasi dalam iklan biasanya berisi nama produk, manfaat produk, harga, serta keuntungan ketika membeli produk tersebut. Tujuannya untuk menarik perhatian dan memberikan pengaruh calon nasabah baru. Promosi melalui iklan biasanya menggunakan berbagai media seperti media elektronik dan media cetak dan seiring dengan kemajuan teknologi banyak periklanan yang dilakukan melalui media sosial.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Selain promosi melalui iklan, promosi lain yang dapat dilakukan adalah promosi penjualan tujuannya untuk meningkatkan penjualan atau untuk mendapatkan pelanggan baru. Promosi penjualan ini dilakukan dengan tujuan menarik minat konsumen agar membeli atau menggunakan produk dan jasa yang

ditawarkan. Oleh karena itu, promosi penjualan dilakukan dengan semenarik mungkin. Program promosi penjualan biasanya dilakukan dengan 3 cara, yaitu:

1. Promosi Konsumen (Bonus, sampel produk, hadiah, atau bentuk undian)
2. Promosi dagang yaitu berupa bantuan peralatan atau intensi.
3. Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan.

c) Publisitas (*Public Relation*)

Promosi selanjutnya yang bisa dilakukan adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk mempertahankan citra baik perusahaan di mata konsumen. Biasanya dilakukan dengan melakukan kegiatan pameran, bakti sosial atau menjadi sponsorship dalam kegiatan amal. Kegiatan tersebut bisa menjadikan nasabah lebih dekat dengan bank.

d) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Merupakan kegiatan promosi ini dilakukan dengan mendatangi dan berinteraksi secara langsung dengan target atau melakukan presentasi tentang produk yang ditawarkan. Kegiatan pemasaran dengan cara face to face ini dinilai lebih bisa meyakinkan konsumen dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Selain itu, kita juga bisa melihat feedback dari target kita secara langsung yang bisa dimanfaatkan untuk menawarkan produknya. Bentuk dari promosi penjualan perorangan diantaranya melalui katalog, pos, dan elektronik lainnya.

e) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Merupakan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan melalui email, telfon, sms atau aplikasi apapun yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memperbaiki, menciptakan atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan. Promosi ini bisa juga dilakukan jika perusahaan memiliki produk baru, layanan khusus, atau fitur baru untuk ditawarkan. Bentuk dari promosi pemasaran langsung diantaranya melalui email, sms atau telepon.

4.2 Kepercayaan Konsumen

4.2.1 Definisi Kepercayaan Konsumen

Menurut Mowen dan Minor (2013:201), kepercayaan konsumen adalah semua informasi yang diketahui pembeli dan semua tujuan yang dibuat pembeli tentang barang, properti, dan keuntungan.

Menurut McKnight, Kacmar dan Choudry (Jeniffer: 2014), kepercayaan dibangun di atas pihak-pihak yang tidak saling mengenal baik dalam interaksi maupun transaksi.

4.2.2 Dimensi kepercayaan konsumen, diataranya sebagai berikut:

1. Trusting Belief

Merupakan sejauh mana seorang individu percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam situasi tertentu. *Trusting Belief* adalah pandangan dari

pihak yang dipercaya (penjual) dimana penjual memiliki karakteristik yang akan membantu konsumen. Ada 3 komponen yang membentuk *Trusting belief*, di antaranya:

a) *Benevolence* (niat baik)

Adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. Jadi bisa dikatakan jika *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk bisa melayani kepentingan konsumen.

b) *Integrity* (integritas)

Adalah seberapa yakin seseorang akan kejujuran penjual dalam menjaga dan memenuhi perjanjian yang dibuat oleh konsumen.

c) *Competence* (kompetensi)

Keyakinan seseorang terhadap kemampuan penjual untuk membantu konsumen melakukan sesuatu sesuai dengan kebutuhannya.

2. Training Intention

Adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain.

Terdapat dua elemen pembentuk *Training Intention*, yaitu:

a) *Willingness to depend*

Merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung pada penjual dalam bentuk menerima resiko atau akibat negatif yang mungkin timbul.

b) Subjective Probability of depending

Kemauan subjektif konsumen berupa memberikan informasi pribadi kepada penjual, baik untuk transaksi maupun atas permintaan penjual.

4.3. Minat Menabung

4.3.1 Pengertian Minat Menabung

Minat merupakan keinginan kepada sesuatu. Minat juga bisa diartikan sebagai rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya dorongan dari orang lain melainkan timbul dari dalam diri seseorang.

Sementara itu, gagasan minat menabung bunga menurut Kottler (dalam Yulia Putri et al 2019) adalah cara berperilaku yang muncul sebagai reaksi terhadap suatu barang yang menunjukkan keinginan nasabah untuk menindaklanjuti sesuatu. Menurut Howard fan Sheth (dalam Priansa 2017) minat menabung adalah hal yang terkait dengan rencana klien untuk memilih produk-produk tertentu.

4.3.2 Dimensi Minat

Menurut Priansa 2017 menyatakan bahwa secara keseluruhan aspek tersebut berhubungan dengan empat aspek utama, khususnya:

- 1) Minat Transaksional, merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.

- 2) Minat Referensial, adalah gambaran tentang cara berperilaku seseorang yang pada umumnya akan merekomendasikan barang yang dibelinya, sehingga orang lain juga akan tertarik untuk membelinya.
- 3) Minat Preferensi, minat yang menggambarkan cara seseorang bertindak yang memiliki kecenderungan mendasar terhadap sesuatu.
- 4) Minat Eksplorasi, yang menggambarkan cara seseorang bertindak yang terus-menerus mencari informasi tentang produk yang mereka minati dan mencari informasi untuk membantu dengan sifat positif dari produk tersebut.

4.3.3 Indikator Minat

Berdasarkan penjelasan aspek-aspek diatas terdapat beberapa indicator khusus untuk minat menabung. Menurut Schiffman & Kanuk dalam sari (2017:185) indikator tersebut diantaranya:

- 1) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk.
- 2) Mempertimbangkan untuk membeli.
- 3) Tertarik untuk mencoba.
- 4) Ingin mengetahui produk.
- 5) Ingin memiliki produk.

4.4 Produk Tabunganku

4.4.1 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang sumbernya dari perorangan dan melakukan penarikan sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati diawal. Tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, atau alat lainnya.

Tabungan adalah jenis simpanan nasabah yang likuid, alhasil bisa digunakan kapan saja jika nasabah menginginkannya, namun bagi hasil yang diberikan kepada konsumen hanya untuk penabung sederhana. Namun, karena kecilnya bagi hasil yang ditawarkan dan fakta bahwa lebih banyak nasabah biasanya menggunakan dana tabungan daripada produk koleksi lainnya, koleksi dana tabungan jenis ini merupakan produk koleksi dengan biaya minimal bagi bank.

Dalam ajaran islam juga dijelaskan bahwa menabung merupakan perbuatan yang mulia, karena kita telah menyiapkan pengeluaran penting di masa yang akan datang, sehingga ketika saatnya tiba, dana yang cukup tersedia, menabung juga merupakan bagian dari pengendalian diri. Dengan menabung, berarti kita tidak terbawa oleh nafsu untuk memenuhi pemenuhan kepuasan saat ini atau jangka pendek, melainkan mengendalikan pemenuhan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan masa depan yang jauh lebih penting.

Dalam ayat Al- Quran juga secara tidak langsung telah memerintahkan untuk mempersiapkan hari esok agar lebih baik dengan cara menyalurkan sedikit uang yang kita punya untuk ditabungkan. Dalam fatwa DSN No. 02/DSN-

MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang Dana Cadangan, memberikan premis syariah untuk dana investasi dalam surat An-Nisa pasal 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُلُوا أَمْوَالَكُمُ الْبَاطِلَ إِلَّا أَنْ ارْتَضَىٰ لَكُمْ لَوْلَا أَنْفُسُكُمْ إِنَّ اللَّهَ أَنْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang menerima, janganlah kamu memakan limpahan saudaramu dengan cara yang batil, kecuali jika diperoleh dengan cara tukar menukar, ada kesepahaman di antara kamu. Selanjutnya janganlah kamu merugi, karena sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.

4.4.2 Pengertian Produk SimPel

Dalam upaya mempromosikan pendidikan manajemen keuangan sejak dini dan mendorong siswa untuk menabung, PT. BPR BKK Taman meluncurkan produk tabungan SimPel dalam mendukung program pemerintah sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Bagi pelajar yang berusia di bawah 17 tahun dan belum memiliki KTP, PT BPR BKK Taman menawarkan Tabungan, salah satu produk tabungan SimPel.

1. Manfaat Bagi sekolah

- a) Menjadi metode yang layak untuk pelatihan keuangan dan perbankan bagi pelajar dan pendidik.
- b) Menumbuhkan budaya menabung disekolah.
- c) Mengelola sistem pembayaran yang efektif dan efisien.

2. Manfaat Bagi Orang Tua

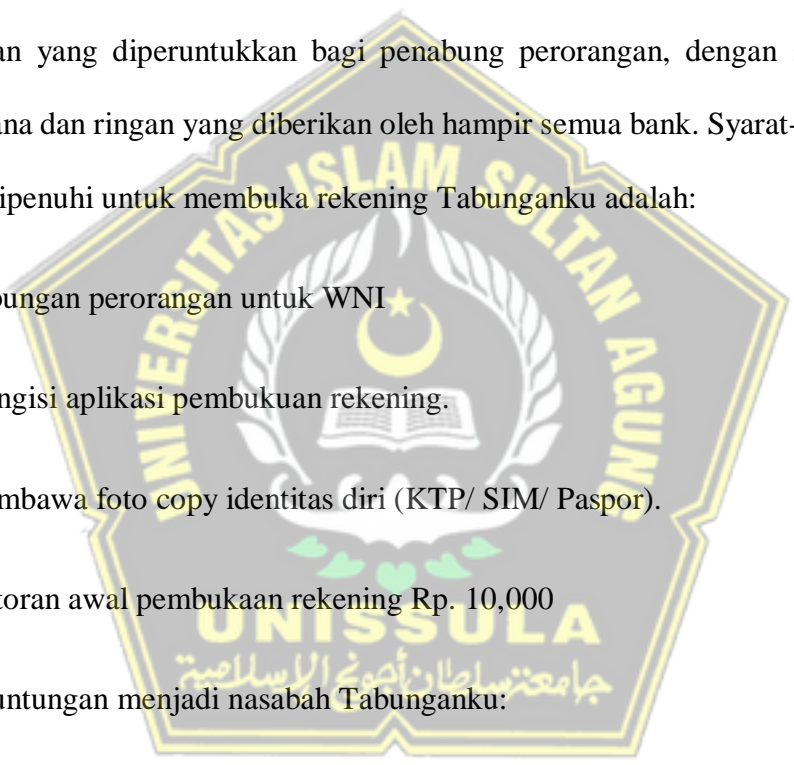
- a) Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan.
- b) Mengajarkan kemandirian dan kedisiplinan anak dalam mengelola.
- c) Mengelola sistem pembayaran yang efektif dan efisien disekolah.

3. Syarat dan Ketentuan Umum

- a) Diperuntukkan bagi siswa dibawah usia 17 tahun yang belum mempunyai identitas diri/KTP.
- b) Tanpa administrasi bulanan dan tanpa bunga, tetapi diberikan reward sesuai dengan ketentuan bank.
- c) Setoran pembukaan rekening Rp. 2.000,-,
- d) Minimal setoran Rp. 10.000,-,
- e) Sekolah harus memiliki perjanjian kerjasama dengan Bank untuk membuka tabungan SimPel.
- f) Seorang mahasiswa hanya diperbolehkan membuka 1 rekening tabungan SimPel pada bank sejenis.
- g) Tidak diperbolehkan untuk rekening bersamaa.
- h) Transaksi penarikan, penyetoran, dan pemindah bukuan dapat dilayani disekolah dan disemua jaringan kantor BPR BKK Taman.
- i) SimPel dijamin LPS.

4.4.3 Pengertian Produk Tabunganku

Tabunganku merupakan sebuah program pemerintah pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudoyono yang lucurkan pada tanggal 20 Februari 2010 yang bertujuan agar masyarakatnya gemar untuk menabung sehingga hidup lebih sejahtera. Fitur dan layanan produknya seragam didistribusikan oleh setiap bank di Indonesia, termasuk BPR. Tabunganku adalah tabungan yang diperuntukkan bagi penabung perorangan, dengan syarat yang sederhana dan ringan yang diberikan oleh hampir semua bank. Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk membuka rekening Tabunganku adalah:

- 
- a) Tabungan perorangan untuk WNI
 - b) Mengisi aplikasi pembukuan rekening.
 - c) Membawa foto copy identitas diri (KTP/ SIM/ Paspor).
 - d) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 10,000
1. Keuntungan menjadi nasabah Tabunganku:

Meskipun Tabunganku merupakan produk yang tergolong ringan dalam segi setoran awalnya, tetapi produk Tabunganku memberikan kelebihan yang tidak kalah menarik dari produk lainnya, diantaranya sebagai berikut:

- a) Aman karena dijamin lembaga penjamin simpanan.
- b) Syarat dan ketentuan pembukaan rekening mudah.
- c) Tidak dikenakan biaya admin perbulan.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Permasalahan

5.1.1 Penurunann Jumlah Nasabah Produk Simpanan Pelajar

Nasabah merupakan seseorang yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank. Nasabah memegang peranan penting bagi industri perbankan, dimana aset yang disimpan merupakan dana terpenting dalam kegiatan operasional bank untuk tetap menjalankan kegiatan usahanya. Apabila nasabah pada suatu produk mengalami penurunan, hal tersebut akan berpengaruh terhadap kurangnya kepercayaan terhadap produk atau lembaga keuangan tersebut. Sehingga menyebabkan minat nasabah rendah.

Seperti yang dialami oleh PT. BPR BKK Tamaan Cabang Moga, ada salah satu produknya mengalami penurunan tiap tahunnya yaitu pada produk SimPel (Simpanan Pelajar), hal ini disebabkan karena berbagai factor diantaranya factor internal dan eksternal. Factor internal diantaranya dari produknya itu sendiri yang kurang menarik dan dari promosi yang kurang sehingga mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk membuka tabungan pada produk SimPel. Walaupun dalam pelaksanaannya, dalam melakukan pelayanan terhadap produk SimPel, pihak Bpr sudah melakukan upaya-upaya yang bertujuan untuk memudahkan transaksi nasabah produk SimPel yang rata-rata adalah pelajar yaitu dengan adanya layanan jemput bola, melakukan pelayanan yang ramah serta

selalu memberikan kesan ceria. Dengan adanya layanan tersebut, para siswa tidak harus datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi baik itu menabung ataupun melakukan penarikan. Tetapi pada kenyataannya Jumlah nasabah untuk produk SimPel malah mengalami penurunan tiap tahunnya dari tahun 2018-2020.

Untuk mendukung data yang peneliti dapatkan, peneliti melakukan wawancara kepada 2 orang siswa SMP yaitu kepada Siswa bernama Ikmal dan Nabil mengenai BPR dan Produk SimPel. Menurut Ikmal " kalau untuk BPR saya belum tau mbak, baru dengar juga sekarang". Kemudian peneliti kembali menanyakan kepada Ikmal mengenai Minat menabung pada Produk SimPel di BPR. " Minat menabung dibank pasti ada mbak karena sudah terjamin keamanannya juga, tetapi kalau untuk menabung di BPR sepertinya belum tertarik dan belum tau juga Bpr itu seperti apa. Selanjutnya penulis menanyakan pertanyaan yang sama kepada Nabil, dan jawaban Nabil " saya tau ko mbak bpr, pernah liat kantornya juga tapi kalau menabung disana belum tertarik mbak".

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara kepada ibu rumah tangga yaitu Ibu Romlah dengan pertanyaan yang sama dan beliau menjawab " Untuk BPR saya tau mbak tapi cuma sekedar tau namanya karena dulu kebetulan saudara saya juga kerja disana. Tetapi untuk menabung buat sendiri atau membuka tabungan untuk anak saya belum minat mbak karena dari dulu juga saya sudah jadi nasabah bank konvensional".

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada siswa dan ibu rumah tangga, diketahui bahwa pengetahuan dan minat masyarakat untuk

memmbuka tabungan terutama produk SimPel di Bpr relatif sedikit. Hal ini dikarenakan PT. BPR BKK Taman Cabang Moga kurang giat dalam melakukan kegiatan Promosi dan Sosialisasi ke sekolah-sekolah atau masyarakat yang sejatinya adalah orang tua supaya mengetahui adanya produk yang aman untuk menabung bagi anak-anak mereka. Oleh karena itu, pihak Bpr harus lebih gencar dalam melakukan kegiatan promosi dan sosialisasi.

5.1.2 Rendahnya Kepercayaan Masyarakat

PT. BPR BKK Taman Cabang Moga merupakan bank pembiayaan rakyat yang berada di wilayah Kecamatan Moga. Bank BPR di Kecamatan Moga ini mulai beroperasi pada tanggal 15 Oktober 1970 dan telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat khususnya di wilayah Kecamatan Moga. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang mau bergabung dengan PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.

Menurut Bapak Marhadi, SE selaku Pimpinan Cabang beliau mengatakan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap BPR di Kecamatan Moga tidak datang begitu saja. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Bank apalagi BPR Tetapi seiring berjalanya waktu BPR bisa diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat di pedesaan. Seiring dengan berkembangnya zaman pula semakin banyak persaingan di dunia perbankan, adanya Lembaga keuangan lainnya yang berada di Kecamatan Moga baik konvensional maupun syariah membuat ketatnya persaingan dalam dunia perbankan tak terkecuali dialami oleh BPR sendiri. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penurunan jumlah nasabah pada

produk Simpanan Pelajar di tahun 2018-2020 dan rendahnya minat masyarakat untuk menabung di produk Tabunganku. Adanya Lembaga keuangan lainya yang beroperasi di Kecamatan Moga yang lebih dikenal oleh masyarakat umum menjadi alasan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang PT. BPR BKK Taman Cabang Moga.

Salah satu hal mendasar yang dilakukan oleh PT. BPR BKK Taman Cabang Moga dalam memasarkan produknya kepada masyarakat adalah dengan melakukan promosi dan sosialisasi dengan cara yang semenarik mungkin agar dapat di ketahui dan diterima oleh masyarakat dengan baik. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi tentang perbankan dan prinsip-prinsip yang digunakan oleh BPR. Terlebih lagi untuk masyarakat di pedesaan yang masih awam tentang dunia perbankan, dimana mereka masih belum yakin untuk menyimpan uangnya di Bank. Alhasil masih banyak masyarakat yang menyimpan uang mereka di celengan atau dibawah Kasur. Oleh karena itu, salah satu tujuan dilakukanya sosialisasi adalah untuk memberikan edukasi mendasar tentang system perbankan kepada semua lapisan masyarakat, dimana edukasi ini berisi tentang kelebihan menabung di Bank dan keuntungan lainya yang akan didapatkan jika menabung di Bank terutama di BPR. Peneliti melakukan wawancara kepada 3 masyarakat di desa Genting yang berada di Kecamatan Moga mengenai kepercayaan mereka terhadap BPR sebagai berikut:

1. Ibu Sa'adah

Ibu sa'adah berprofesi sebagai Ibu rumah tangga beliau mengatakan tidak tau menau tentang Bank apapun jenisnya dan untuk menyimpan uang beliau mempercayakan kepada anaknya. Dan yang beliau ketahui tentang BPR sendiri adalah untuk melakukan perkreditan Jadi kalo untuk tempat menabung tidak tahu karena belum merasakanya.

2. Bapak Mukmin

Berprofesi sebagai petani beliau mengatakan kalau untuk tau, iya beliau mengetahui adanya BPR di Kecamatan Moga, tetapi untuk berinvestasi disana beliau belum yakin dan belum mengetahui prinsip yang dipakai disana.

Senada dengan Bapak Mukmin Ibu Kholilah juga berpendapat yang sama yaitu tau adanya BPR dan kalau untuk kepercayaan beliau juga percaya karena Lembaga keuangan pasti sudah terjamin keamananya. Tetapi untuk berinvestasi memang belum yakin karena beliau sudah lama menjadi nasabah di bank konvensional.

5.1.3 Minat Produk Tabunganku

Menurut Poerwadaminta (2006) Minat adalah pilihan terhadap sesuatu. Minat muncul pada seseorang karena mereka tertarik pada sesuatu dan dianggap berguna atau bermanfaat untuk kebutuhan mereka. Minat mengarahkan seseorang kepada suatu objek berdasarkan rasa suka. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa

kurangnya minat adalah karena kurangnya ketertarikan dalam diri seseorang terhadap suatu hal yang muncul.

Lucas dan Brift dalam Noorhayati, mengemukakan aspek-aspek minat yaitu:

- a) Perhatian (*Attention*), yaitu pengamatan dari seseorang terhadap suatu obyek yang dirasa menarik.
- b) Ketertarikan (*Interest*), yaitu adanya perhatian seseorang terhadap objek, minat ini diwujudkan dengan keinginan untuk berhubungan dengan tindakan mendekati objek.
- c) Keinginan (*Desire*), yaitu hasrat lebih dalam yang dirasakan oleh konsumen untuk mengetahui tentang objek tersebut.

Pada prinsipnya minat menabung ataupun perilaku pembelian seringkali datang dari luar dirinya, baik dari pemasarannya maupun dari lingkungannya. Mengarah pada minat terhadap produk Tabunganku yang kurang jika dibandingkan dengan produk Tamades disini penulis mengamati penyebab yang terjadi yaitu adanya keunggulan yang lebih menarik untuk produk Tamades yaitu berupa iming-iming undian hadiah menarik tiap tahunnya, sedangkan keunggulan untuk produk Tabunganku hanya bebas biaya admin.

Seperti yang sudah disebutkan diatas jika kedua produk tersebut mempunyai keunggulan masing-masing untuk produk Tamades mempunyai keunggulan mendapatkan undian berhadiah menarik, seperti uang tunai, alat elektronik, dan kendaraan, sedangkan untuk produk Tabunganku mempunyai

keunggulan bebas biaya administrasi perbulan. Adanya keunggulan dari masing-masing produk tersebut bertujuan untuk menarik minat calon nasabahnya. Tetapi pada kenyataannya masyarakat lebih tertarik untuk menabung pada produk Tamades karena keunggulan yang dimiliki berhasil menarik banyak minat masyarakat untuk menabung.

Seperti penuturan dari Ibu Mutipah adanya undian berhadiah menarik memberi daya tarik sendiri untuk produknya karena penasaran terhadap undian hadiah tersebut, sehingga banyak masyarakat yang tertarik termasuk ibu Mutipah. Dan pernyataan dari Mbak Virna selaku Teller, menurut penuturannya kebanyakan masyarakat yang baru membuka rekening tabungan di bpr mereka langsung memilih untuk membuka rekening pada produk Tamades setelah dijelaskan mengenai keunggulan produk yang ada di bpr.

Hal tersebut membuktikan bahwa ternyata masyarakat lebih memilih dan tertarik menggunakan produk dengan adanya iming-iming hadiah, seperti pada produk Tamades ini, mereka beranggapan bahwa dengan memilih produk dengan adanya iming-iming akan mendapatkan kepuasan pada dirinya sendiri yang berarti bahwa yang bersangkutan telah melakukan pembelian dengan hati-hati.

5.2 Upaya Untuk Meningkatkan Nasabah Produk Simpanan Pelajar & Tabunganku

5.2.1 Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat. Promosi merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk

memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Sedangkan nasabah adalah individu atau badan usaha yang memiliki dana investasi atau rekening kredit di bank. Di BPR BKK Taman Cabang Moga, promosi merupakan alat yang penting digunakan untuk memasarkan produknya, salah satunya yaitu produk Simpanan Pelajar (SimPel).

Tujuan dilakukannya promosi adalah:

1. Menginformasikan dan Memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.
2. Agar Bank dapat mengimbangi persaingan pasar yang semakin kompleks.

Dalam memasarkan produk SimPel BPR BKK Taman Cabang Moga Promosi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan bauran promosi yang mana dilakukan dengan berkontak secara langsung terhadap masyarakat banyak untuk mempromosikan suatu produk untuk mendorong nasabah mencoba membeli sesuatu dan menarik minat calon nasabah dengan memberikan hadiah khusus apabila membuka rekening tabungan. Atau dengan kata lain, Promosi penjualan yaitu dengan memberikan promo-promo atau penawaran menarik yang tujuannya adalah meningkatkan jumlah penjualan dan nasabah. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh BPR BKK Taman Cabang Moga dalam memasarkan produk SimPel & Tabunganku yaitu:

a) Melakukan kunjungan ke sekolah dan rumah warga

Melakukan promosi secara langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah yang sudah melakukan perjanjian kerjasama sebelumnya. Dalam hal ini pihak BPR BKK Taman Cabang Moga berusaha mengerahkan segenap kemampuannya untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk Simpanan Pelajar (SimPel). Dengan menerangkan pentingnya menabung sejak usia dini dan keuntungan menabung dibank. Kunjungan juga dilakukan dengan mendatangi rumah-rumah warga ataupun dengan mendatangi perkumpulan majelis ibu-ibu disuatu tempat untuk mempromosikan produk Tabunganku dengan menjelaskan keunggulan dan keuntungannya.

b) Menerapkan layanan jemput bola

Layanan jemput bola adalah suatu kelebihan yang dimiliki PT. BPR BKK Taman Cabang Moga dalam rangka membangun loyalitas kepada para nasabahnya. Layanan ini dilakukan terjadwal setiap hari oleh semua karyawan yang dilakukan bergantian sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Untuk layanan jemput bola pada produk Simpel biasanya langsung mendatangi sekolah-sekolah sehingga para siswa tidak perlu datang ke kantor untuk melakukan transaksi. Sedangkan jemput bola yang dilakukan untuk produk Tabunganku adalah dengan mendatangi pasar moga karena sebagian besar nasabah dari produk Tabungan adalah pedagang yang ada di pasar moga, layanan ini sangat membantu para pedagang yang sibuk berjualan dipasar sehingga tidak ada waktu untuk datang langsung ke kantor untuk menabung.

c) Memberikan Undian Menarik

Undian berhadiah menarik yang diberikan oleh pihak PT. BPR BKK Taman cabang moga, merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk membangun loyalitas nasabahnya serta menarik minat masyarakat lain untuk menjadi nasabah di BPR. Undian ini terdapat di produk tabungan Tamades dan dilaksanakan setahun sekali ketika PT. BPR BKK Taman Cabang Moga ulang tahun. Hadiah yang diberikan biasanya berupa sepeda motor, alat elektronik, dan alat rumah tangga lainnya serta sejumlah uang tunai.

2. Periklanan

Iklan merupakan salah satu strategi promosi yang cukup efektif dilakukan untuk dapat menarik minat nasabah. Iklan digunakan untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat, informasi yang diberikan biasanya berisi nama produk, harga, syarat pembukaan rekening hingga keunggulan produk. Penggunaan iklan untuk memasarkan produknya bisa melalui berbagai media seperti media cetak dan elektronik.

Di BPR BKK Taman Cabang Moga sendiri iklan yang digunakan untuk memasarkan produk SimPel dan Tabunganku yaitu melalui media cetak berupa brosur, Brosur- brosur tersebut kemudian disebar ke sekolah-sekolah, ke rumah-rumah warga dan juga kepada nasabah yang datang ke kantor.

Desain yang menarik dari sebuah brosur ternyata cukup efektif dalam menarik minat para siswa atau pelajar untuk menabung di BPR. Dikarenakan iklan yang dilakukan hanya memanfaatkan media cetak berupa brosur, tanpa

menggunakan media cetak lainya atau media elektronik, sehingga hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran yang kurang luas. Dan menyebabkan jumlah nasabah yang menurun, dan Kerjasama yang dilakukan antar sekolahpun kurang luas sehingga penyebaran brosur juga terhambat.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan Pribadi atau *Personal selling* merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan dengan tatap muka dan juga dianggap sebagai cara pemasaran yang efektif. Khususnya dalam membangun kepercayaan nasabah, karena dilakukan interaksi secara langsung, diharapkan masyarakat akan lebih antusias terhadap apa yang disampaikan dan merespon dengan baik. Dalam melakukan pemasaran pada produk SimPel & Tabunganku melalui *personal selling* sebenarnya sudah efektif, sesuai dengan yang disampaikan oleh Mas Abi selaku AO, memaparkan " sebenarnya lebih enak mba kalau untuk memasarkan secara pribadi, karena kebanyakan siswa atau pelajar apalagi SMP itu masih mudah buat kita ajak untuk menabung dan rata-rata mereka segan untuk menolak ajakan kami." Tetapi kendalanya untuk melakukan promosi tersebut kebanyakan ada di waktu karena pegawai kantor lebih banyak terikat jam operasional kantor sehingga untuk melakukan kegiatan promosi ke sekolah harus mencari waktu yang tepat, agar tidak mengganggu kegiatan operasional Bank. Sedangkan penuturan dari Mas Yosi selaku marketing mengatakan "lebih enak memasarkan produknya secara langsung karena bisa lebih mudah melakukan pendekatan kepada calon nasabahnya dan lebih bisa membangun kepercayaan kepada nasabahnya." Tetapi walaupun bisa dikatakan efektif tidak selamanya PT. BPR

BKK Taman Cabang Moga akan mengandalkan tenaga kerja yang sekarang sudah terlatih karena dalam suatu perusahaan pasti ada peralihan jabatan atau promise jabatan sehingga sangat dibutuhkan media lain selain melakukan promosi langsung.

5.1.2 Sosialisasi

Sosialisasi adalah program kolaborasi sosial bagaimana kita memandang perspektif, perasaan, dan tindakan dengan tujuan agar kita dapat mengambil bagian yang positif di mata publik. Sosialisasi merupakan bentuk informasi kepada masyarakat sehingga BPR BKK Taman Cabang Moga perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk mengenalkan bank Bpr keada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. BPR BKK Taman Cabang Moga untuk mengkomunikasikan bagaimana kegiatan operasional dari bank BPR BKK Taman Cabang Moga, keunggulannya, perbedaanya dengan Bank Konvensional serta produk-produk yang ada didalamnya, sehingga masyarakat menngetah ui apa yang ada didalam Bpr dan berminat untuk menjadi nasabaah di BPR BKK Tamaan Cabang Moga.

Minimnya pengetahuan dan minat masyarakat akan BPR BKK Taman Cabang Moga dan Produk-produknya terutama simPel dan Tabunganku berdampak pada rendahnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bpr. Bagi PT. BPR BKK Taman Cabang Moga sasaran utama sosialisasi adalah pelajar dan masyarakat sekitar. Oleh karena itu sosialisasi yang terencana dan menarik perlu dilakukan secara kontinue oleh PT. BPR BKK Taman Cabang Moga. Sosialisasi

tersebut di laksanakan melalui beberapa media seperti media cetak seperti brosur. Sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Bpr dilakukan dengan mengajak kerjasama lembaga pendidikan baik dari PAUD-SMA ataupun melakukan Kerjasama dengan pondok pesantren yang ada disekitar dan lembaga pemerintahan lainnya dalam bentuk sponsor pada kegiatan olahraga, serta menjadi sponsor dalam acara sekolah seperti ikut serta dalam memberikan banner ketika sekolah tersebut melakkukan acara besar seperti perpisahan atau ujian nasional. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan Bpr kepada masyarakat luas.

Dalam melakukan sosialisasi agar berjalan dengan baik sesuai rencana dibutuhkan langkah-langkah yang tepat. Walaupun demikian dalam melakukan sosialisasi tidak terlepas dari adanya kendala seperti terbatasnya anggaran yang digunakan untuk melakukan sosialisasi sehingga sosialiasi yang dilakukan hanya menggunakan brosur tidak memanfaatkan media cetak lainnya seperti Banner atau pamflet. Dan tidak menggunakan media sosial dan elektronik, seperti yang kita ketahui sekarang ini oerkembangan akan tekonologi semakin maju jadi dengan melakukan kegiatan sosialisasi melallui radio atau media sosial bisa lebih luas lagi dalam memperkenalkan produknya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang didapat dari wawancara sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

- a) Penurunan jumlah nasabah pada Produk SimPel dan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPR BKK Taman Cabang Moga dikarenakan promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BPR BKK Taman Cabang Moga ke berbagai sekolah-sekolah atau masyarakat umum masih belum maksimal.
- b) Minat masyarakat untuk menabung pada produk Tabunganku lebih rendah dibandingkan dengan produk Tamades, hal ini dikarenakan produk Tamades mempunyai keunggulan lebih menarik, yaitu adanya undian berhadiah.

6.2 Rekomendasi Hasil Analisis

- a) Dalam melakukan kegiatan pemasaran pada produk SimPel dan Tabunganku diharapkan pihak PT. BPR BKK Taman Cabang Moga harus lebih gencar lagi terutama untuk kegiatan promosi produk dan sosialisasi kepada siswa-siswa atau masyarakat secara luas. Bisa dilakukan melalui Banner atau memanfaatkan media elektronik dan media social.
- b) Pihak pemasaran PT. BPR BKK Taman Cabang Moga harus lebih bisa meyakinkan kepada calon nasabahnya tentang keunggulan yang dimiliki oleh

produk tabunganku atau bisa juga dengan melakukan pengembangan pada produknya seperti memberikan cashback kepada nasabah baru.

6.3 Rekomendasi Bagi PT. BPR BKK Taman Cabang Moga

Dengan tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti kepada pihak BPR BKK Taman Cabang Moga. Pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi, diantaranya:

- a) Demi terwujudnya kegiatan magang yang lancar dan saling menguntungkan kedua belah pihak, maka jalinan komunikasi yang baik dan berkesinambungan antar mahasiswa dan pihak perusahaan harus dijalankan.
- b) Memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk membantu sedikit pekerjaan di BPR BKK Taman Cabang Moga.
- c) Memberikan tugas dengan instruksi atau pengarahan yang lebih jelas kepada mahasiswa magang supaya bisa berjalan dengan lancar.
- d) Dalam melaksanakan aktivitas pekerjaannya setiap hari para karyawan dan pimpinan cabang PT. BPR BKK Taman Cabang Moga melakukan Do'a Bersama setiap pagi.

6.4 Rekomendasi Bagi Universitas Islam Sultan Agung

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman pribadi yang dilakukan peneliti, rekomendasi yang dapat peneliti berikan untuk Universitas Islam Sultan Agung sebagai lembaga penyedia magang, adalah sebagai berikut:

- a) Dapat di katakan bahwa banyak mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang, memiliki minat untuk mengikuti magang disuatu perusahaan terbukti dengan adanya program MBKM, oleh karena itu akan lebih baik lagi
- b) Dalam hal ini Universitas Islam Sultan Agung lebih mempersiapkan dengan matang segala keputusan ataupun konsekuensi- konsekuensi yang akan diperoleh bagi mahasiswa yang mengikuti program MBKM. Dan juga memberikan sosialisasi kepada lembaga-lembaga tempat magang para mahasiswa.
- c) Membangun hubungan baik antar perguruan tinggi dan lembaga tempat mahasiswa magang supaya bisa menjadi usulan bagi para mahasiswa yang akan melakukan kegiatan magang diwaktu selanjutnya.
- d) Diharapkan program studi lebih memperhatikan peserta program MBKM dalam kegiatan magangnya.
- e) Diharapkan program studi memberikan arahan kepada dosen supervisor agar dosen supervisor lebih paham ketika mendampingi mahasiswa magang baik ketika ditempat magang ataupun dalam penyusunan laporan magang.

BAB VII

REFLEKSI DIRI

7.1 Hal Positif Selama Magang

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan magang tanpa ada halangan dan hambatan. Dalam kegiatan magang yang penulis laksanakan selama sekitar 3 bulan penulis merasakan manfaat dan pengalaman yang berharga. Penulis juga merasa telah belajar banyak dari apa yang penulis amati selama dikantor terutama dalam dunia kerja.

Selain itu penulis mendapatkan respon yang baik dari dosen pembimbing, memberikan arahan agar penulis dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Serta karyawan PT. BPR BKK Taman Cabang Moga yang baik hati kepada penulis, sehingga penulis tidak sungkan untuk bertanya apabila ada hal yang kurang dimengerti, sehingga pada pelaksanaannya penulis bisa melaksanakan tugasnya dengan baik. Melalui hal itu juga, secara tidak langsung penulis dilatih bertanggung jawab atas sesuatu yang sedang dikerjakan. Selain itu, penulis juga menjadi terlatih untuk melakukan komunikasi dan berperilaku baik kepada seseorang yang lebih berpengalaman. Selain itu, sangat penting untuk memiliki sikap peka terhadap lingkungan, ketika ada banyak hal yang perlu dilakukan oleh karyawan, sedikit bantuan dari penulis menjadi sangat berharga bagi mereka.

Dalam kegiatan magang ini penulis banyak mendapatkan pengalaman nyata yang tidak penulis dapatkan dibangku perkuliahan. Karena dalam kegiatan

magang yang berhubungan langsung dengan dunia kerja penulis bisa mengetahui permasalahan atau kendala-kendala yang dialami didunia kerja.

7.2 Manfaat Magang Bagi Pengembangan dan Kekurangan Soft Skill

Dengan mengikuti kegiatan magang dalam program MBKM ini penulis merasakan banyak mendapatkan manfaat terhadap pengembangan soft-skill penulis. Penulis meyakini dengan mengikuti kegiatan magang dan terjun langsung ke lapangan penulis dapat mengetahui bagaimana kehidupan dunia kerja yang sebenarnya. Dengan mengikuti kegiatan program MBKM penulis juga dapat melatih rasa tanggung jawab penulis terhadap pekerjaan yang penulis kerjakan selama magang.

Namun, penulis memahami bahwa masih banyak kelemahan soft-skill yang dimiliki yaitu penulis kurang dapat menjalin hubungan dengan semua pegawai dan kurang bisa melakukan komunikasi dengan baik kepada seluruh pegawai. Hal inilah yang ingin penulis perbaiki agar bisa menjalin komunikasi dan menjalin hubungan dengan baik antar pegawai.

7.3 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif dan Kekurangan Kemampuan Kognitif

Dengan mengikuti kegiatan magang ternyata membawa dampak positif bagi para mahasiswa, begitu juga terhadap penulis. Selama mengikuti kegiatan magang kurang lebih tiga bulan memberikan dampak positif bagi kemampuan kognitif penulis. Dengan mengikuti kegiatan magang, mampu meningkatkan ketelitian penulis karena selama magang penulis membantu pekerjaan Teller

untuk menghitung kas harian dan melakukan arsip pada bukti transaksi dan pekerjaan tersebut membutuhkan ketelitian.

Kekurangan yang penulis sadari pada kegiatan magang terhadap kemampuan kognitif adalah kurang mampu untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar serta kurangnya kemampuan untuk melakukan komunikasi antar pegawai. Penulis menyadari bahwa ternyata membangun hubungan komunikasi yang harmonis merupakan suatu hal yang penting untuk dijalankan ketika memasuki dunia kerja.

7.4 Kunci Sukses Dalam Bekerja

Berdasarkan pengalaman penulis selama melakukan kegiatan magang di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga, penulis menemukan faktor-faktor salah satunya yaitu pentingnya untuk membangun komunikasi antar sesama karyawan dan kepada atasan supaya tercipta suasana dan lingkungan kerja yang nyaman untuk melakukan aktifitas pekerjaan, karena pada kenyataannya lingkungan yang nyaman akan mempengaruhi kinerja para karyawan saat melakukan pekerjaan. Manajemen waktu juga penting karena dengan menerapkan hal tersebut akan membangun citra positive dan rasa tanggung jawab yang tinggi bagi setiap individu yang nantinya akan mendapat kepercayaan dari rekan kerja maupun atasan. Perilaku atau attitude pun menjadi kunci sukses dalam bekerja dengan attitude yang baik yang di miliki maka akan menjadikan penulis mudah untuk menjalin hubungan baik terhadap rekan di perusahaan. Dalam dunia kerja juga

harus mematuhi setiap budaya, norma-norma dan aturan yang ada diperusahaan agar mampu menjaga nama baik individu serta perusahaan.

7.5 Rencana Perbaikan Diri, Karir Dan Pendidikan

Selama kegiatan magang yang penulis lakukan di PT. BPR BKK Taman Cabang Moga kurang lebih 3 bulan, penulis mempunyai representasi untuk perbaikan diri, karir dan pendidikan penulis selanjutnya. Untuk perbaikan diri yang akan penulis perbaiki adalah dalam hal komunikasi dan adaptasi dengan lingkungan sekitar. Penulis menyadari bahwa komunikasi dan cara berdaptasi menjadi bekal untuk masuk ke kedunia kerja. Sedangkan untuk karir, penulis memiliki rencana untuk berkarir ketika penulis sudah menyelesaikan studinya. Penulis sangat menghargai dan mengucapkan banyak terima kasih pada pihak-pihak yang telah memberikan saran, tetapi buat sekarang penulis belum mempunyai rencana terkait pendidikan selanjutnya di karenakan penulis lebih memilih untuk menggunakan ilmu-ilmu yang sudah penulis peroleh, di dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan Sofan, S. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 353-369.
- Gina Beta Nurlia, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko KIYOMI JEANS ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* , 31-40.
- I Putu Wira Murti, I. W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk Dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 734-761.
- Karundeng, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Home Industri Pia Deisy Desa kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 83-90.
- Mahendrayasa, K. d. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-7.
- Mohammad Maftuh Baedowi, E. L. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Rokok Djarum Super. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-8.
- Nafiah, A. I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bpr Mulyoraharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Akuntansi*, 1-5.
- Sarwita, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi* , 36-45.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 45-53.
- Setyawan, Y. J. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen petra*, 1-8.
- Siregar, b. (2016). Pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di PT.Bank Sumut Cabang Syariah

Padang Sidumpuan. *Jurnal penelitian ilmu-ilmu social dan keislaman*, 17-36.

Syarfan, L. A. (2016). Analisis Bauran Promosi (PromotionMix) Produk Multilinked Syariah pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 54-65.

Tumbel, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan . *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 64-79.

Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 47-53.

Bpr kedungarto. Tabunganku. <https://bprkedungarto.com/tabunganku/>.

weebly, Pt. Bpr bkk taman (perseroda), <https://ptbprbkkteman.weebly.com/>.

Weebly.Pt. Bpr bkk taman (perseroda), Tabungan, <https://ptbprbkkteman.weebly.com/tabunganh.tml/>

