

**MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN  
KUALITAS PELAYANAN GUNA MENARIK NASABAH  
DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK  
(Perseroda) CABANG WONOSALAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat sarjana S1 Manajemen

**Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh :

**Afiatunnisa**  
**NIM. 30401900013**

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

**SKRIPSI**

**MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN  
KUALITAS PELAYANAN GUNA MENARIK NASABAH  
DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK  
(Perseroda) CABANG WONOSALAM.**

Disusun Oleh :

**Afiatunnisa**

**NIM : 30401900013**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 13 Februari 2023

Dosen Pembimbing Lapangan,  Dosen Supervisor

Drs. Agus Wachjutomo, M.Si  
NIK. 210498041

  
Ristu Kristiningtyas, SE

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PE LAYANAN GUNA MENARIK NASABAH DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM

Disusun oleh:

Afiatunnisa

NIM : 30401900013

Telah dipertahankan di depan penguji

pada tanggal 1 Maret 2023

#### Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji I

Drs. Agus Wachjutomo, M.Si

Drs. Bedjo Santoso, MT, Ph.D.

NIDN. 210487015

NIDN. 210403049

Penguji II

Dr.E. Drs. H. Marno Nugroho, MM.

NIDN. 210491025

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Semarang, 1 Maret 2023

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M

NIDN. 0623036901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Afiatunnisa  
NIM : 30401900013  
Prodi : S1 Manajemen  
Jurusan : Pemasaran

Menyatakan bahwa Skripsi berjudul **“MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN GUNA MENARIK NASABAH DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM”** adalah karya pencipta dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau reproduksi karya orang lain. Pendapat orang lain yang dimuat dalam Skripsi ini dikutip sesuai dengan Kode Etik Keilmuan. Apabila Skripsi ini ternyata merupakan plagiarisme dari sumber lain di kemudian hari, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 26 Agustus 2022

Yang menyatakan,

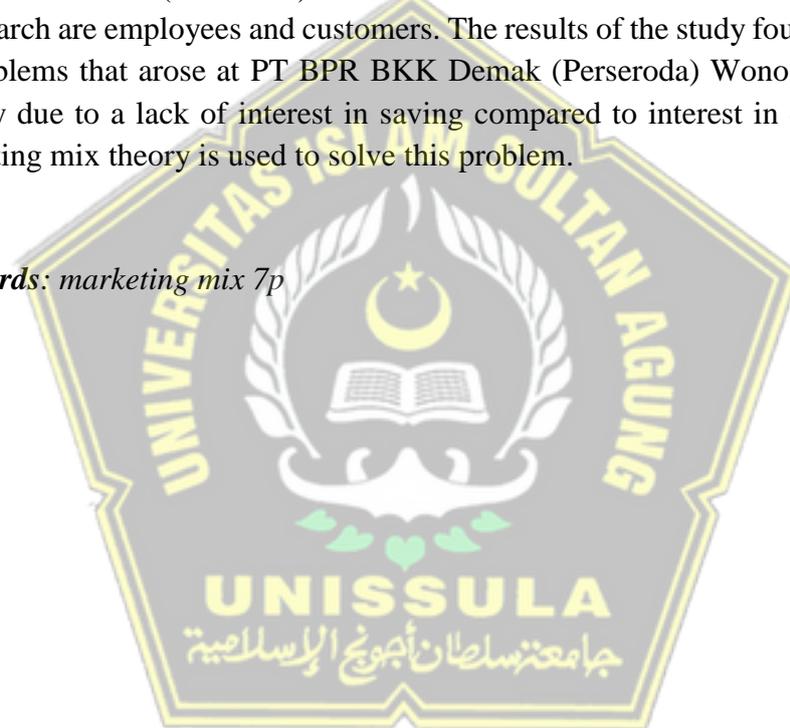


Afiatunnisa

## ABSTRACT

This report aims to get a solution to the problem/urgency, which researchers found at PT BPR BKK Demak (Perseroda) Wonosalam Branch related to the lack of promotion of savings products and service quality. The solution that the author provides is based on the theory of the problem at hand. This research is a type of qualitative descriptive research, namely research that describes phenomena in the field. In collecting data, the authors use: questionnaires, observation, and documentation. The research location was carried out at the branch office of PT BPR BKK Demak (Perseroda) Wonosalam Branch. And those used as informants in research are employees and customers. The results of the study found indications of problems that arose at PT BPR BKK Demak (Perseroda) Wonosalam Branch, namely due to a lack of interest in saving compared to interest in credit. The 7p marketing mix theory is used to solve this problem.

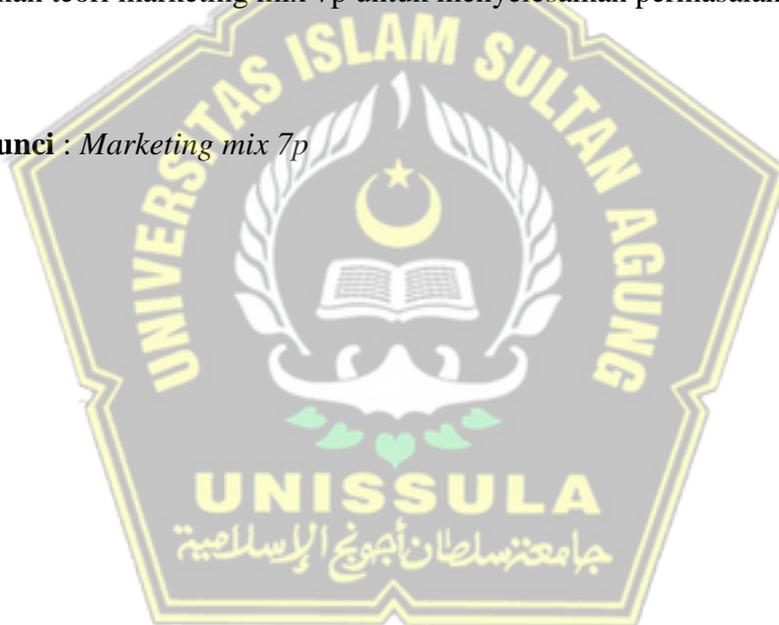
*Keywords: marketing mix 7p*



## ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan/urgensi, yang peneliti temukan di PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam terkait kurangnya promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan. Solusi yang penulis berikan berdasarkan teori dari permasalahan yang dihadapi. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mengilustrasikan fenomena di lapangan. Ketika mengumpulkan data, penulis mempergunakan: kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilaksanakan di kantor cabang PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang wonosalam. Dan yang digunakan sebagai informan dalam penelitian yaitu karyawan serta nasabah. Hasil dari penelitian menemukan indikasi masalah yang muncul pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam yaitu Karena kurangnya minat menabung dibandingkan minat kredit. Digunakan teori marketing mix 7p untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

**Kata kunci :** *Marketing mix 7p*



## PRAKATA

*Assalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis bisa menu taskan kegiatan magang dan menyusun laporan magang yang Berjudul **MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN GUNA MENARIK NASABAH DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM**. Laporan ini diajukan guna menjadi persyaratan kelulusan Sarjana S1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan untuk Nabi Muhammad SAW yang sangat kita harapkan syafaatnya kelak di hari akhir. Dengan niat, usaha, doa, serta dukungan dari banyak pihak, penulis bisa menuntaskan tulisan ini.

Tujuan Penulisan Laporan ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana evektifitas kegiatan pelaksanaan magang di PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) KC. Wonosalam selama 4 bulan, 14 Februari sampai dengan 18 Juni 2022.

Selama menyusun Laporan Magang MB-KM ini tentu saja tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang sudah membimbing serta membantu, baik secara moral atau spiritual. Maka pada kesempatan ini penulis berterimakasih kepada:

1. Diri saya Afiatunnisa yang selama ini sudah berjuang serta berusaha dalam menjalani hidup yang tidak selalu mulus.

2. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu tersayang dan Adik saya yang sudah memberi kasih sayang dan dukungan baik moral maupun materil serta doa tanpa henti untuk penulis.
3. Farhan hamid maulidani selaku yang mensupport saya penuh dalam kesehari - harian serta seluruh keluarga yang sudah menyayangi, memnyemangati, memotivasi, serta mendoakan saya.
4. Bapak Drs. Agus Wachjutomo, M.Si., selaku Dosen Pembimbing dan Ibu Ristu Kristiningtyas, SE. selaku Dosen Supervisor yang sudah memberi bimbingan, motivasi, ilmu, dan pengetahuan, serta saran dalam penulisan Laporan Magang MB-KM.
5. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
6. Bapak Dr. H. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang sudah memberi ilmu dan memotivasi penulis.
8. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang sudah mengarahkan dalam penyusunan Laporan Magang MB-KM.
9. Keluarga besar PT BPR BKK DEMAK ( PERSERODA ) KABUPATEN DEMAK terutama keluarga Cabang Wonosalam yang selama ini telah mendoakan, memberi semangat, motivasi, arahan, serta pelajaran dan pengalaman yang berharga.

10. Teman-teman/sahabat Alivia Inayatul Khusna, Adhelia amy safitri, Ade Chofifah, dan Alya Farida Rahman yang sudah mendukung serta membantu penyusunan Laporan Magang MB-KM.
11. Seluruh teman-teman yang sudah mewarnai hidup penulis yang tidak bisa dituliskan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Laporan Magang MB-KM ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan berbagai keterbatasan yang ada. Maka dari itu, penulis sangat berhadap adanya dukungan baik berupa kritik atau saran yang membangun, demi kesempurnaan Laporan Magang MB-KM.

Semarang, 26 Agustus 2022



Afiatunnisa

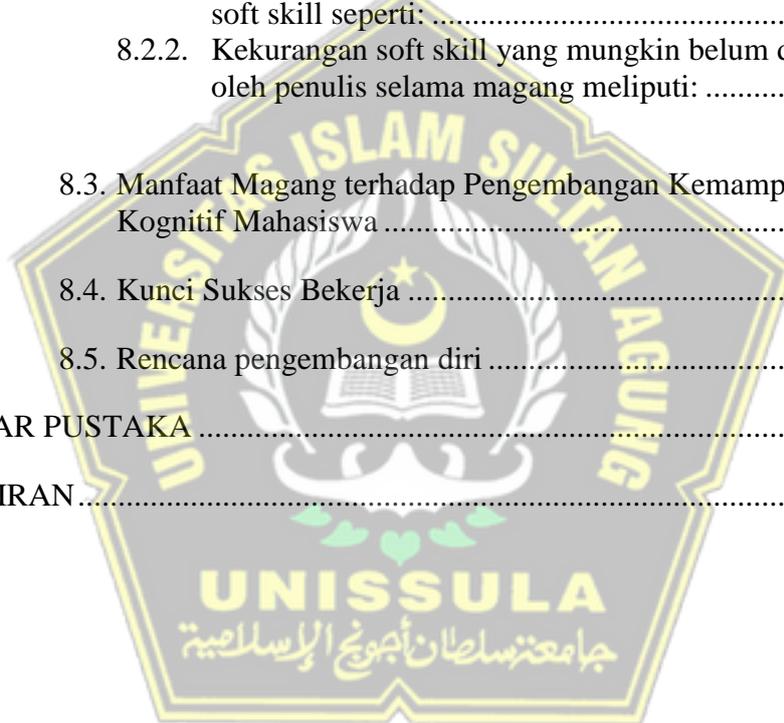


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN SKRIPSI BERBASIS LAPORAN MAGANG MBKM <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Magang.....	5
1.3. Sistematika laporan.....	5
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	7
2.1. Profil Organisasi.....	7
2.1.1. Fungsi.....	8
2.1.2. Tugas PT BPR BKK Demak (Perseroda) Kab Demak.....	8
2.1.3. Usaha PT BPR BKK Demak (Perseroda) Kab Demak.....	8
2.1.4. Visi dan Misi.....	9
2.1.5. Struktur Organisasi.....	9
2.1.6. Produk.....	12
2.3. Aktivitas magang.....	21
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH.....	24
3.1. Identifikasi Masalah.....	24

3.2. Fokus Permasalahan.....	25
3.2.1. Promosi.....	25
3.2.2. Kualitas Pelayanan .....	26
<b>BAB IV KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
4.1. Teori Promosi.....	27
4.2. Teori Marketing mix .....	28
4.3. Minat .....	31
4.4. Teori nasabah .....	32
4.5. Teori kualitas pelayanan .....	33
<b>BAB V METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>36</b>
5.1. Jenis Penelitian.....	36
5.2. Metode Pengumpulan Data .....	36
5.2.1. Metode kuesioner .....	36
5.2.2. Metode Observasi.....	37
5.3. Jenis Data .....	38
5.3.1. Data primer .....	38
5.3.2. Data sekunder .....	38
5.4. Alat Analisis data .....	39
<b>BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
6.1. Permasalahan.....	42
6.1.1. Promosi.....	43
6.1.2. Kualitas pelayanan .....	45
6.2. Pembahasan.....	47
6.2.1. Promosi.....	47
6.2.2. Kualitas pelayanan .....	53
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>57</b>
7.1. Kesimpulan .....	57

7.1.1. Promosi.....	57
7.1.2. Kualitas pelayanan .....	58
7.2. Rekomendasi .....	58
<b>BAB VIII REFLEKSI DIRI.....</b>	<b>60</b>
8.1. Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat terhadap Pekerjaan Selama Magang .....	60
8.2. Manfaat magang.....	61
8.2.1. Kegiatan magang dapat membantu dalam pengembangan soft skill seperti: .....	61
8.2.2. Kekurangan soft skill yang mungkin belum didapat oleh penulis selama magang meliputi: .....	61
8.3. Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa .....	62
8.4. Kunci Sukses Bekerja .....	63
8.5. Rencana pengembangan diri .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 6.1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 6.2. Deskripsi Variabel Orientasi Nasabah .....	43
Tabel 6.3. Deskripsi Variabel Orientasi Nasabah .....	46



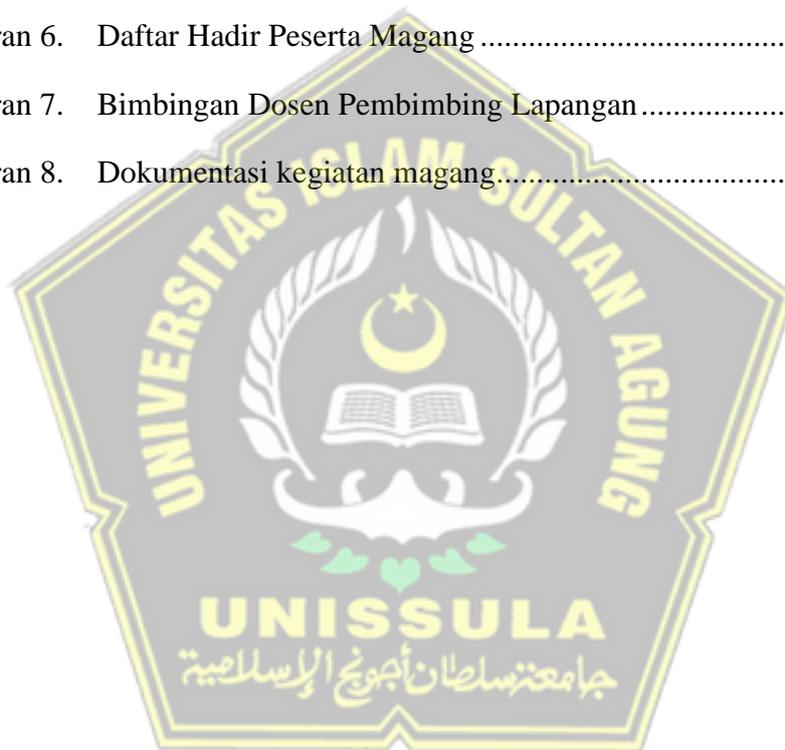
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Kurva data nasabah.....	3
Gambar 2.1.	Stuktur organisasi .....	10
Gambar 2.2.	Tabungan SimPel ( simpanan pelajar).....	13
Gambar 2.3.	TAMADES.....	15
Gambar 2.4.	Tabunganku .....	16



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Tabel Kuesioner Hasil Jawaban Responden.....	68
Lampiran 2.	Formulir Permohonan Magang.....	70
Lampiran 3.	Surat Permohonan Magang .....	71
Lampiran 4.	Surat Balasan Perijinan Magang .....	72
Lampiran 5.	Catatan harian (logbook) Peserta Magang Perusahaan .....	73
Lampiran 6.	Daftar Hadir Peserta Magang .....	85
Lampiran 7.	Bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan.....	90
Lampiran 8.	Dokumentasi kegiatan magang.....	91



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Menurut Laksana (2019:129) “promosi ialah sebuah interaksi penjual serta pembeli yang didapatkan melalui informasi yang benar dan bertujuan supaya memberikan perubahan terhadap perilaku pembeli yang tidak mengetahui menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli serta selalu mengingat produk tersebut”. Promosi sangat diperlukan untuk menunjukkan suatu produk serta memikat pembeli supaya melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Dikarenakan melalui promosi maka pembeli lebih mengetahui terkait produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan.

Menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) produk merupakan apa saja yang bisa dijual ke pasar untuk menarik perhatian, dibeli, dimanfaatkan atau dipergunakan supaya bisa memberi kepuasan terhadap kebutuhan. Apapun yang baik dalam bentuk produk maupun layanan yang dipergunakan dalam memenuhi kepuasan konsumen, yang mana setiap produk atau layanan itu mempunyai kegunaannya masing-masing.

Usaha perbankan adalah usaha di bidang jasa yang berlandaskan pada asas kepercayaan sehingga permasalahan kualitas layanan merupakan faktor yang menjadi penentu pada kesuksesan usaha tersebut. Khususnya di era globalisasi saat ini yang mana persaingan sangat ketat. Perusahaan diharuskan supaya tidak sekedar mengoptimalkan kualitas produknya melainkan juga diharuskan untuk mengoptimalkan kualitas layanannya supaya bisa

menghasilkan good performance perusahaan tersebut yang pada perihal ini ialah bank.

Bank ialah perusahaan yang memiliki orientasi di masa depan sehingga perusahaannya memiliki orientasi pada apa yang diinginkan oleh konsumen dan tidak serta merta berorientasi pada keuntungan. Umumnya bisnis mengarah pada tujuan perusahaan supaya menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya yang didapatkan melalui peningkatan penjualan serta menekan beban perusahaan. Apabila pelayanan jasa yang diberikan memiliki kualitas yang baik dapat menciptakan loyalitas nasabah yang bisa meningkatkan keuntungan yang bisa didapatkan oleh bank.

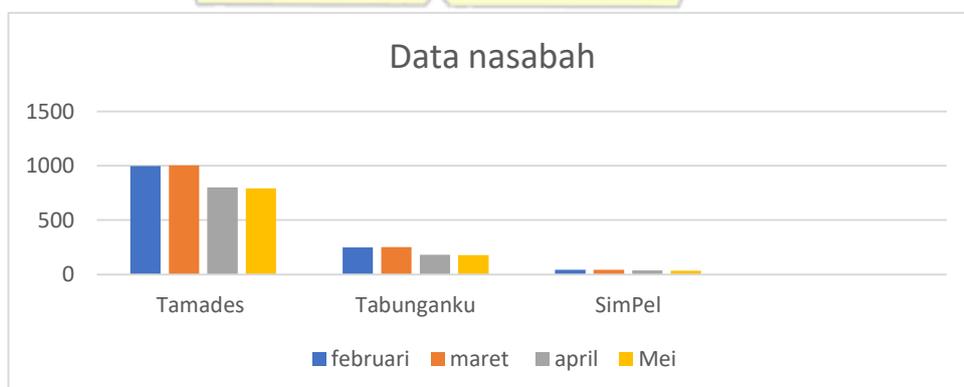
Promosi termasuk dari bauran pemasaran yang memiliki tujuan sebagaimana sesuatu yang dipromosikan supaya bisa dikenal serta diketahui. Perihal tersebut memperlihatkan bahwa promosi yang dilaksanakan oleh bank kurang maksimal dalam menciptakan ketertarikan masyarakat dikarenakan iklan yang tidak menarik, promosi penjualan yang kurang optimal, kurang gencarnya melakukan publisitas serta kurangnya intensitas promosi yang dilaksanakan oleh PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam secara kelembagaan, maka kesimpulannya ialah variabel promosi pada minat menabung masyarakat cenderung lemah.

Promosi dilaksanakan supaya mengoptimalkan biaya yang bisa diperoleh dari masyarakat yang dinamakan sebagai tabungan masyarakat. PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam produk tabungan serta deposito masyarakat berperan utama pada peningkatan perekonomian yang memiliki fungsi sebagai modal serta investasi. Dana tersebut akan diberikan kembali untuk masyarakat berbentuk kredit supaya tingkat tabungan akan

berpengaruh pada tingkat pemberian kredit pada masyarakat melalui hubungan yang baik. Besarnya tabungan yang diperoleh oleh bank dari masyarakat dapat meningkatkan pemberian kredit sesuai dengan fungsi serta kegiatan sehingga tata kelola perbankan yang pokok ialah bagaimana melakukan pengelolaan aktivitas penghimpunan dana. Usaha penghimpunan dana tersebut bisa dilaksanakan melalui penawaran produk simpanan yang terdapat pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam.

Ketertarikan konsumen untuk menabung sangat diperlukan oleh perusahaan bank yang memberikan layanan simpanan uang atau yang dinamakan sebagai tabungan. Saat ini berbagai masyarakat yang memiliki kesadaran yang rendah terhadap perlunya menabung. Supaya masyarakat memiliki ketertarikan dalam menabung maka bank harus memiliki strategi yang bijak untuk memasarkan produknya. Bank diharuskan bisa memberikan himbauan kepada masyarakat supaya menabung sehingga bisa menjadikan masyarakat untuk berhemat.

Terjadi penurunan pada ketertarikan menabung masyarakat dapat dilihat melalui data jumlah nasabah pada bulan februari, maret, april, dan mei pada chart berikut :



**Gambar 1.1. Kurva data nasabah**

*Sumber data : PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Demak*

Pemasaran merupakan pengaruh penting bagi kemajuan perusahaan agar memberikan kepuasan kepada nasabah lewat penyampaian promosi produk atau layanan yang diberikan. Promosi meliputi saluran komunikasi pribadi atau personal dan komunikasi meliputi pengiklanan, personal selling dan publisitas, Strategi promosi yang digunakan pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam di atas bertujuan untuk dapat menarik nasabah supaya mau bertransaksi, dan dengan adanya pemberian door price yang diberikan setiap tahunnya kepada nasabah dan calon nasabah agar mereka tertarik untuk menabung.

Kualitas pelayanan di PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam Kurang maksimal dikarenakan pergantian karyawan mengakibatkan sistem pelayanan terhambat sehingga kurangnya mengenal masyarakat setempat. Pelayanan yang diberikan serta kepuasan nasabah menjadi penentu dalam kesuksesan sebuah bank untuk mempertahankan nasabahnya. Pengukuran pelayanan serta kepuasan nasabah tersebut merupakan dasar pada penelitian ini. Kualitas layanan yakni sejauh mana perbedaan antara realitas serta ekspektasi konsumen melalui layanan yang diterima. Kualitas layanan perbankan ialah tingkat kelebihan yang diinginkan oleh nasabah serta pengendalian terhadap tingkat kelebihan tersebut supaya memberi kepuasan pada nasabah.

Berbagai elemen pokok yang menjadi pendukung dari promosi yakni: pengiklanan, promosi penjualan, publisitas serta penjualan pribadi. Keseluruhan elemen tersebut merupakan penentu pokok dari efektivitas

promosi. Tidak hanya melaksanakan promosi, bank juga diharuskan memberi pelayanan dengan baik supaya memenuhi Apa yang dibutuhkan serta yang diinginkan oleh nasabah supaya nasabah atau calon nasabah puas dan memiliki kepercayaan supaya senantiasa bertransaksi atau melakukan pembelian pada suatu produk serta layanan yang ditawarkan. Untuk itu penulis memilih judul “MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN GUNA MENARIK NASABAH DALAM MENABUNG PADA PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM).

## **1.2. Tujuan Magang**

1. Untuk meningkatkan produk tabungan terhadap minat masyarakat pada PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM.
2. Untuk meningkatkan promosi terhadap minat masyarakat pada PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM

## **1.3. Sistematika laporan**

Beberapa Bab dan Sub Bab yang ada pada laporan magang ialah:

Bab I Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang yang mengemukakan urgensi dari topik yang dipilih, keunikan dari topik yang dipilih, serta menguraikan tujuan dari penulisan topik magang. Dan sistematika laporan

Bab II Profil Organisasi dan Aktivitas magang

Berisikan profil organisasi ( mencakup karakteristik organisasi, stuktur organisas, proses bisnis, ketentuan / peraturan terkait dan lain - lain nya ) dan juga berisikan aktivitas magang yaitu menjelaskan berbagai kegiatan yang dilaksanakan selama magang.

### Bab III Identifikasi Masalah

Berisikan berbagai permasalahan di perusahaan dan memilih permasalahan yang paling penting untuk dipecahkan dan diangkat sebagai topik dalam laporan magang. Permasalahan yang penulis kaji sebagai topik laporan magang yaitu meningkatkan promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan guna menarik nasabah dalam menabung pada PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM.

### Bab IV Kajian Pustaka

Berisikan penjelasan dan uraian teori yang berhubungan dengan topik yang dikaji pada laporan magang.

### Bab V Analisis dan Pembahasan

Menjelaskan tentang latar belakang, substansi, dan dampak yang ditimbulkan dari uraian kasus / permasalahan yang dipilih. Berisikan analisis kasus atau permasalahan menggunakan teori atau metode yang relavan.

## BAB II

### PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

#### 2.1. Profil Organisasi

PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) KAB DEMAK ialah unit usaha yang dimiliki oleh Pemprov Jawa Tengah dan Pemkab Demak dalam bidang Perbanka, PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) berlokasi di Jl Raya Demak-Kudus RT 5 RW 9 Kel. Bintoro, Demak. Didirikan sebagai badan hukum dengan ijin Oprasionalnya berdasarkan Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomer Dsa.G226/19698/2/4 pada 4 september 1969 Jo. Nomer Dsa. G323/190-12/19/24 dan Perda Provinsi Jawa Tengah No.11 tahun 1981. Selanjutnya berganti menjadi Perda No.2 tahun 1988 tentang Badan Kredit Kecamatan supaya melangsungkan usaha untuk menyamakan status sebagai BPR. Pendirian unit usaha ini sudah mengantongi izin Menteri Kehakiman berdasarkan SK No. 1064/KM.00/1988 tanggal 27 Oktober 1988 Jo. Keputusan Menteri Keuangan Indonesia berdasarkan SK No.Kep/318/KM.13/1991 tanggal 8 Oktober.

Sehubungan dengan perkembangan perekonomian Jawa Tengah, diperoleh kenyataan bahwa operasionalnya semakin terasa kemanfaatannya oleh masyarakat Demak sehingga melaksanakan merger pada tanggal 24 November 2005, berdasarkan keputusan Deputy Gubernur Senior BI Nomor : 7/16/KEP.Dpg/2005 dan Keputusan Gubernur 503/74/2005 tentang Pemberian Ijin Penggabungan Usaha (Merger) sehingga memiliki 9 Kantor Cabang dan 1 Kantor Pusat yaitu: PT BPR BKK Demak Kantor Pusat Oprasional, Cabang

Karangtengah, Cabang Karangawen, Cabang Wedung, Cabang Wonosalam, Cabang Mijen, Cabang Sayung, Kantor Kas Cabang Sayung, Cabang Gajah, Cabang Mranggen, dan Kantor Pusat di Demak.

PT BPR BKK Demak (perseroda) Cab. Wonosalam merupakan satu dari beberapa cabang yang ada di Kabupaten Demak yang berada di Jl. Raya Demak-Purwodadi No.24 Kec. Wonosalam Kab. Demak.

Unit usaha tersebut berdiri dengan maksud serta tujuan supaya memudahkan serta mendorong perkembangan ekonomi serta Pembangunan Daerah pada berbagai sektor serta mengoptimalkan taraf kehidupan masyarakat yang merupakan sumber pendapatan daerah.

#### **2.1.1. Fungsi**

PT BPR BKK Demak (Perseroda) Kab. Demak memiliki fungsi menjadi lembaga intermediasi para sektor keuangan berdasarkan tugasnya yakni melaksanakan usaha menjadi lembaga kredit mikro berdasarkan Ketetapan aturan undang-undang yang ada.

#### **2.1.2. Tugas PT BPR BKK Demak (Perseroda) Kab Demak**

1. Mewujudkan perekonomian kerakyatan.
2. Sebagai penyedia modal usaha untuk UMKM.
3. Sebagai penyedia modal usaha untuk UMKM.
4. Termasuk sumber pendapatan daerah.

#### **2.1.3. Usaha PT BPR BKK Demak (Perseroda) Kab Demak**

1. Mengumpulkan dana dari masyarakat berbentuk simpanan, tabungan maupun bentuk lain.

2. Memberi kredit serta membina nasabah.
3. Memposisikan dana tersebut berbentuk deposito berjangka, sertifikat deposito, giro atau lainnya.
4. Melaksanakan usaha lain selama tidak berlawanan dengan aturan undang-undang yang ada.

#### **2.1.4. Visi dan Misi**

Visi :

Menjadi BPR dengan reputasi kualitas layanan yang baik, sehat, aman, terpercaya serta memberi pelayanan dengan cepat pada berbagai kalangan masyarakat.

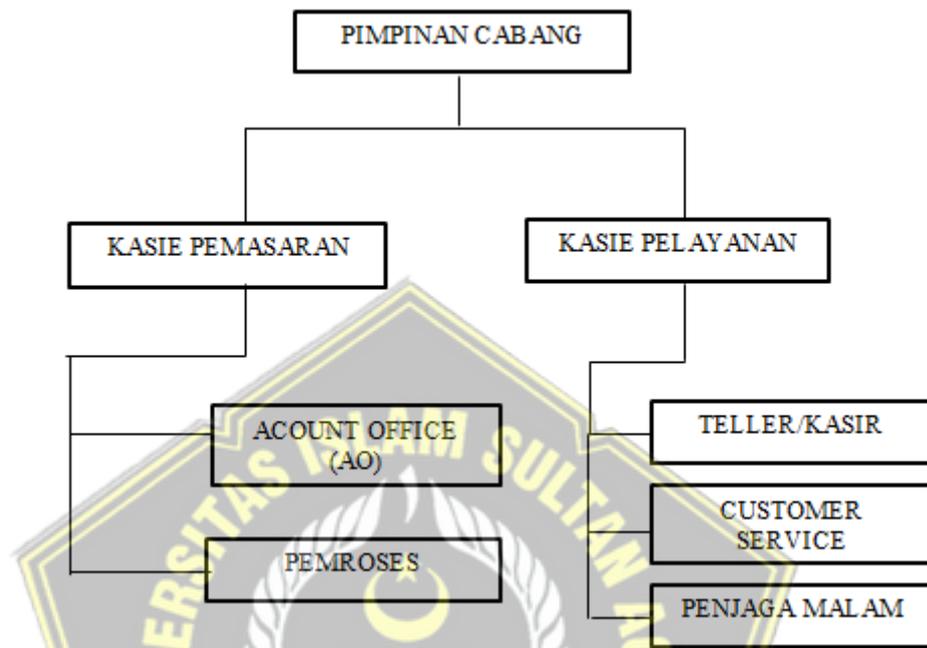
Misi :

1. Mmemberi pelayanan maksimal dengan basis teknologi informasi pada mitra bisnis serta masyarakat.
2. Menciptakan kerjasama bersama seluruh lembaga serta masyarakat dengan pola kemitraan sejajar.
3. Menciptakan image sebagai BPR yang berkembang secara sehat, ramah, serta terpercaya untuk menjadi mitra usaha.

#### **2.1.5. Struktur Organisasi**

Susunan organisasi perusahaan ialah gambaran dari tugas serta wewenang yang terdapat pada perusahaan secara vertical maupun horizontal. PT BPR BKK Demak (Perseroda) KC. Wonosalam

memiliki beberapa unit kerja. Untuk meraih sistem kerja secara efisien dan efektif dibutuhkan pembagian tugas seperti berikut:



**Gambar 2.1. Stuktur organisasi**

*Sumber data : PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Demak*

Tugas dan wewenang setiap bagian menurut struktur organisasi di atas ialah:

1. Pimpinan cabang
  - a. Memberi arahan, melaksanakan koordinasi serta mengontrol bawahan.
  - b. Mengontrol berlangsungnya operasional seluruh unit
  - c. Mendelegasikan kewenangan serta mengendalikan lingkungan kerja
  - d. Membuat keputusan-keputusan.

2. *Kasie* pemasaran

- a. Mengarahkan serta membina anggota-anggota yang ada di satuan kerja seksi pemasaran
- b. Menyelenggarakan dan melakukan pemasaran produk baik penyaluran maupun menghimpun dana sesuai dengan target yang telah di tetapkan.

3. *Account officer*

- a. Mencari nasabah
- b. Melakukan pemasaran produk baik pelayanan maupun menghimpun dana sesuai dengan target yang telah di tetapkan.
- c. Melakukan analisis kredit secara menyeluruh terhadap calon debitur sebelum dilakukan pemrosesan kredit
- d. Melaksanakan pemrosesan kredit -lain yang dianggap relevan sebagai asas pemberian yakni memenuhi syarat administrasi, penelitian kelyakan usaha, check on the spot, kelayakan jaminan, kemampuan melakukan pembayaran, karakter debitur, maksud penggunaan dan lain kredit yang sehat.

4. *Teller*

- a. Melakukan penerimaan serta pembayaran uang pada nasabah.
- b. Membuka serta menutup cash vault
- c. Menjaga kesiapan system pengamanan kas
- d. Memberikan total uang tunai di pagi hari ketika pembukaan kas serta penerimaan ketika penutupan.

5. *Pemroses*

- a. Melakukan pemasaran produk baik penyaluran maupun menghimpun dana berdasarkan target yang sudah di tetapkan.
  - b. Memiliki tanggung jawab atas pemrosesan kredit berdasarkan Ketetapan yang berlaku.
  - c. Menyusun laporan berupa data pengikatan agunan dan asuransi kredit
6. *Customer service*
- a. Menginformasikan calon nasabah terkait produk serta layanan yang tersedia
  - b. Menjelaskan terkait alur penyimpanan berbentuk tabungan maupun deposito dan manfaat yang diperoleh nasabah.
  - c. Menyiapkan dan memelihara formulir pembukaan rekening tabungan
  - d. Mengarsip data nasabah tabungan dan deposito

#### **2.1.6. Produk**

Produk merupakan hal yang bisa ditawarkan pada pasar supaya bisa digunakan, diperhatikan maupun dimanfaatkan supaya bisa memenuhi kepuasan apa yang diinginkan dan dibutuhkan.

**Produk yang ada di PT BPR BKK DEMAK (perseroda)**

**CABANG WONOSALAM yaitu Tabungan dan Kredit**

#### **1. Tabungan**

- a. Simpanan Tabungan

PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) KAB Demak menawarkan penawaran khusus untuk siswa Sekolah dari balita sampai SMA atas nama tabungan siswa (sederhana). Dengan setoran awal yang rendah serta kenyamanan setoran berikutnya sangat ringan dan mudah dikemas memberi edukasi serta inklusi keuangan supaya mendorong menyelamatkan budaya sejak kecil.

SimPel (Simpanan Pelajar)

SimPel ialah rekening tabungan yang diterbitkan bagi pelajar dilakukan secara nasional oleh bank di seluruh Indonesia berdasarkan syarat sebagai berikut: digunakan dengan mudah serta memiliki fitur yang menarik budaya menabung didorong sejak dini.



**Gambar 2.2. Tabungan SimPel ( simpanan pelajar)**

*Sumber data : PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Demak*

1) Syarat dan ketentuan:

- a) Dikhususkan bagi Siswa/PAUD, TK, SD, SMP, SMA, SMK sederajat
  - b) Maksimal berusia 17 tahun
  - c) Belum ada ID
  - d) Pembukaan rekening dilaksanakan antara sekolah dan bank
  - e) Seorang mahasiswa hanya boleh mempunyai 1 Rekening sederhana pada bank yang sama.
  - f) Orang tua bisa memberikan wewenang bagi Sekolah supa melakukan proses pembukaan Rekening Pelajar / Siswa (Pejabat Sekolah yang di tunjuk)
- 2) Keuntungan
- a) Tidak ada biaya bulanan
  - b) Setoran awal Rp 5.000 untuk membuka rekening
  - c) Setoran lanjutan minimal Rp 1.000,-
  - d) Saldo minimal Rp 5.000,-
  - e) Status Dormant; Rekening dikenakan biaya penalti sebesar Rp 1.000,- per bulan, dan jika saldo rekening dibawah Rp 5.000,- maka rekening akan tertutup otomatis.
  - f) Biaya Penutupan Rekening Rp 2.500,-
  - g) Pertukaran buku gratis
- b. TAMADES merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk perseorangan ataupun yayasan yang bisa diambil kapanpun

dengan tujuan menumbuhkan budaya menabung di masyarakat supaya mensejahterakan kehidupan masyarakat.



**Gambar 2.3. TAMADES**

*Sumber data : PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Demak*

#### Ketentuan Umum Penabung

- 1) Setoran awal Rp 25.000
- 2) Penyetoran dan penarikan setiap saat pada jam kerja
- 3) Saldo minimal Rp 20.000;
- 4) Biaya Administrasi Rp 2.000 per bulan
- 5) Biaya penutupan rekening Rp 2.500
- 6) TAMADES bisa dijadikan penjamin kredit.
- 7) Setiap nasabah memiliki hak untuk ikut serta pada pengundian hadiah TAMADES dengan ketentuan setiap saldo Rp 20.000; memperoleh satu nomor undian dan berlaku kelipatannya.

- 8) Bunga sebesar 3,5%/pa, diambil dari saldo terendah per bulan
- c. TabunganKu ialah Tabungan yang dikhususkan untuk penabung perorangan, bebas biaya administrasi bulanan yang bertujuan agar masyarakat dapat menempatkan dana yang dimiliki yang pada akhirnya bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.



**Gambar 2.4. Tabunganku**

*Sumber data : PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Demak*

- d. Ketentuan Umum Penabung
- 1) Setoran awal Rp 10.000
  - 2) Penyetoran dan penarikan setiap saat pada jam kerja
  - 3) Saldo minimal Rp 10.000;
  - 4) Saldo Dorman tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut turut
  - 5) Biaya Penaltynya Rp 1.000;
  - 6) Jika saldo rekening dibawah Rp 10.000;maka rekening tertutup dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.
  - 7) Tidak ada biaya Administrasi

- 8) Biaya penutupan rekening Rp 5.000;
- 9) Minimal penarikan Rp 50.000; kecuali ketika nasabah hendak menutup rekening
- 10) Bunga harian sebesar 3% /pa

## 2. Kredit

### a. Kredit Mikro BKK

Kredit mikro BKK merupakan program pengkreditan dengan bunganya yang sangat minim dan dikhususkan supaya memberi jawaban terhadap Apa yang dibutuhkan oleh seluruh pengusaha mikro kecil dan menengah di Jawa Tengah yang memiliki penghasilan setiap bulan berkaitan dengan kebutuhan modal usaha dan konsumsi lainnya dengan tujuan agar debitur dapat berkembang menuju kesejahteraan hidup keluarga.

#### Ketentuan Kredit

- 1) Debitur : Perorangan
- 2) Sifat : Kredit langsung kepada debitur
- 3) Penggunaan : Kredit Modal Kerja
- 4) Jangka waktu : 12 bulan s.d 48 Bulan
- 5) Plafond Kredit : 5.000.000 s.d 50.000.000
- 6) Jaminan : Sertifikat Tanah dan Bangunan

BPKB kendaraan bermotor (maksimal berusia 8 tahun ketika mengajukan) atau BPKB Mobil (maksimal berusia 15 tahun

ketika mengajukan untuk mobil pribadi dan maksimal 10 tahun untuk pengajuan untuk mobil angkutan umum niaga).

Suku bunga :

- 1) 7,5%/pa untuk jangka waktu 1 s.d 24 bulan perhitungan flat
- 2) Minimal plafond 5.000.0000
- 3) 9%/pa untuk jangka waktu diatas 1 bulan s.d 48 bulan perhitungan flat
- 4) Maksimal plafond 50.000.000 (\*untuk nasabah baru)
- 5) Maksimal plafond 15.000.000 (\*untuk nasabah lama)

Biaya :

- 1) Biaya Administrasi : 1% dari plafond kredit
- 2) Biaya Provisi : 1% dari plafond kredit
- 3) Bea Materai : Sesuai kebutuhan (@10.000,-)

Persyaratan Umum:

- 1) Mengisi form pengajuan Kredit Mikro BPR
- 2) Melampirkan dokumen : Foto copy KTP Suami/Istri 1 lembar - Fotocopy KK/Surat Nikah 1 lembar
- 3) Foto copy Jaminan beserta kelengkapannya
- 4) (Sertifikat +Kitir PBB, BPKB +STNK yang masih berlaku)

b. Kredit modal kerja

Kredit ini ialah kredit yang dikhususkan guna memberi jawaban terhadap Apa yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM yang memiliki penghasilan setiap bulan berkaitan dengan permodelan usaha dan konsumsi lainnya dengan tujuan agar debitur dapat berkembang menuju kesejahteraan hidup keluarga.

Ketentuan Kredit

- 1) Debitur : Perorangan
- 2) Sifat : Kredit langsung kepada debitur
- 3) Penggunaan : Kredit Tambah Modal
- 4) Jangka waktu : 1 bulan s.d 48 Bulan
- 5) Plafond Kredit : 5.000.000 s.d BMPK (Batas Maksimum Pemberian Kredit)

Jaminan :

- 1) Sertifikat Tanah dan Bangunan
- 2) BPKB kendaraan bermotor

Persyaratan umum:

- 1) Mengisi form pengajuan Kredit Modal Kerja
- 2) Dokumen yang dibutuhkan : Foto copy KTP Suami/Istri 1 lembar, Fotocopy KK/Surat Nikah 1 lembar, Foto copy 16 Jaminan beserta kelengkapannya (Sertifikat +Kitir PBB, BPKB +STNK yang berlaku)

c. Kredit musiman

Kredit Musiman (sekaligus) adalah produk kredit yang diperuntukkan untuk pengusaha yang memiliki jangka khusus serta dapat diperkirakan sejak awal usaha dimulai hingga memperoleh laba yang hendak dicapai pada waktu yang singkat yakni di bawah 1 tahun supaya mengoptimalkan usaha debitur serta secara general bermaksud untuk mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat.

Ketentuan kredit

- 1) Debitur : Perorangan
- 2) Sifat : Kredit langsung kepada debitur

Penggunaan Kredit Modal Kerja diperuntukkan untuk:

- 1) Pertanian
- 2) Perkebunan
- 3) Peternakan
- 4) Jasa Konstruksi

Jangka waktu : 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 Bulan

Plafond Kredit : 5.000.000 s.d BMPK (Batas

Maksimum Pemberian Kredit)

Jaminan

- 1) Sertifikat Tanah dan Bangunan (SHM/SHGB)
- 2) BPKB kendaraan bermotor

Suku bunga 24 %/ pa untuk jangka waktu 1 , 3 ,6 dan 12 bulan. perhitungan bunga flat, pokok dibayarkan pada saat jatuh tempo.

Biaya:

- 1) Biaya Administrasi : 1% dari plafond kredit
- 2) Biaya Provisi : 1% dari plafond kredit
- 3) Bea Materai : Sesuai kebutuhan (@10.000,-)

Persyaratan umum

- 1) Foto copy KTP Suami/Istri 1 lembar
- 2) Fotocopy KK/Surat Nikah 1 lembar
- 3) Foto copy Jaminan beserta kelengkapannya (Sertifikat + Kitir PBB, BPKB +STNK yang berlaku

### **2.3. Aktivitas magang**

Aktivitas magang saya selama di PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM dilakukan pada tanggal 14 september 2022, diawali dengan perkenalan dan juga pembagian tempat magang. Saya ditempatkan pada bidang CS (*customer service*), bertugas untuk melayani nasabah membayar angsuran, membantu mengisi kuitansi, dan mengisi permohonan kredit. Pada hari berikutnya tugas saya kesehari – harian melayani nasabah menggantikan karyawan yang pergi survei ke tempat nasabah yang ingin mengajukan pinjaman kredit. Tidak hanya itu saya juga melayani nasabah yang ingin membuat tabungan, dengan mengisi formulir yang sudah ada dengan melengkapi semua tentang identitas diri nasabah yang mau membuat

tabungan dengan menanyakan tabungan apa yang akan dibuat? Dan pekerjaannya apa atau punya usaha apa?, setelah itu meminta tanda tangan kepada nasabah untuk persetujuan data yang akan di proses, setelah itu meminta tanda tangan kepada Kasi pelayanan, kasi pemasaran, dan kepala cabang.

Pada hari berikutnya tugas saya berpindah di bagian pemroses untuk membantu pemrosesan pencairan permohonan kredit. Setiap paginya selalu mengisi Slip kuitansi, 2 slip realisasi pinjaman, 1 kuitansi PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM, 4 Slip penerimaan umum, ketika sudah jam 10 maka nasabah yang ingin pencairan dipanggil dan mengumpulkan identitas diri atau KTP dan juga jaminan yang akan diserahkan berupa BPKB motor, mobil dan sertifikat tanah atau rumah. Setelah semua selesai pemrosesan pencairan membantu memasukan semua jaminan kedalam amplop untuk disimpan. Setelah itu menjadi asisten kepala cabang untuk mengisi neraca harian pada tabel yang sudah ada dan menghitung. Dan mengisi formulir permohonan kredit dengan lengkap dengan identitas diri beserta data diri pasangan dan jumlah plafon kredit yang akan diajukan dan mengisi buku register siapa saja dan kapan data yang akan di proses untuk permohonan di cairkan, dan menulis buku komite yang akan dikomitekan pada kasi pemasaran di setiap harinya ketika aja pengajuan plafon besar di atas 50 juta.

Pada hari berikutnya di setiap hari sabtu pemberangkatan di roling dan saya mengisi buku jaminan BPKB dan Sertifikat memasukkan data yang tertera milik penjamin dimasukan kedalam komputer untuk pembuktian masuk keluarnya jaminan tersebut. Setelah itu saya membuat surat ROYA dan HTL yang dimana akan dikasihkan ke notaris untuk pengambilan sertifikat yang

peminjamanya besar. Dan memasukkan data laba rugi tahunan dan bulanan kedalam komputer menjadikan satu file untuk diserahkan kepada pimpinan pusat. Pada hari berikutnya saya membuat surat keluar dimana yang isinya surat peringatan I, II, III kepada nasabah yang suka telat mmbayar angsuran. Selanjutnya mengisi buku register tahunan dimana buku tersebut berisikan data nasabah berserta jaminan dan jangka waktu yang ditentukan untuk pelunasan, data tersebut akan diserahkan setiap satu tahunnya, sehingga setiap tahun data tersebut di ambil dan dicek oleh kantor pusat. Dan memasukkan data jamkrida ke dalam komputer data ini sangat penting dikarnakan untuk mengetahui keluar masuknya nasabah ketika pengajuan sehingga untuk memper mudah karyawan dalam menginput data.



## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

Dalam pengelolaan suatu perusahaan, permasalahan termasuk sesuatu yang sulit untuk dihindari siapa saja. Namun, keberadaannya mampu menjadikan bahan evaluasi sehingga dapat menjadi pembelajaran dikemudian hari. Permasalahan tersebut bisa muncul dari berbagai macam aspek, bisa dari teknis maupun dari sistem internal dalam suatu perusahaan. Tidak dapat dipungkiri, bahwasannya didalam PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM yang sudah cukup lama berdiri dan sudah memiliki sistem yang terstruktur dan saya masih menjumpai suatu permasalahan. Dalam hal ini penulis memaparkan identifikasi permasalahan berdasarkan dengan hasil survey pada PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM.

#### **3.1. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang saya dapat dari pengamatan yang saya jalani selama magang:

##### **1. Pemasaraan**

###### **a. Promosi dalam menabung kurang**

Mempunyai produk yang fokus untuk diteliti yaitu sedikitnya minat penabung dikarenakan kondisi perekonomian masyarakat daerah PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam yang sulit, kondisi perekonomian seperti gagal panen, terkena PHK dll,

maka perusahaan agar memberikan kepuasan kepada nasabah lewat penyampaian promosi produk atau jasa yang ditawarkan.

## 2. MSDM

Kurangnya kemampuan karyawan menagih angsuran dikarenakan belum mendapatkan pelatihan kerja didalam pergantian karyawan baru dari cabang ke cabang mengakibatkan kurang mengenalnya masyarakat setempat maka terjadi minat menabung supaya dari masalah yang ada bisa menimbulkan dampak terhadap kuantitas serta kualitas diri untuk melakukan pekerjaannya.

## 3. Oprasional

Dari segi operasional di PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang Wonosalam menurut saya tempat kerja yang kurang nyaman karena ruangan yang sempit dan terbatas mengakibatkan nasabah tidak nyaman dalam menunggu antrian.

### 3.2. Fokus Permasalahan

Fokus permasalahan yang saya ambil tentang promosi produk menabung dan kualitas pelayanan dikarenakan menambah pemasukan dalam bentuk bunga. Diantaranya bunga kredit, bunga deposito, dan bunga tabungan.

#### 3.2.1. Promosi

Promosi termasuk dari bauran pemasaran yang memiliki tujuan sebagaimana sesuatu yang dipromosikan supaya dapat dikenal serta diketahui. Hal tersebut memperlihatkan bahwa promosi yang dilaksanakan oleh bank kurang maksimal dalam menghasilkan minat

masyarakat dikarenakan iklan yang kurang menarik, promosi penjualan yang kurang baik, publisitas yang kurang maksimal serta kurangnya kecenderungan intensitas promosi yang dilaksanakan oleh PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM secara kelembagaan, maka disimpulkan variabel promosi pada minat menabung masyarakat cenderung lemah.

### **3.2.2. Kualitas Pelayanan**

Menurut KBBI (2008: 744), kualitas merupakan kadar baik atau buruk suatu hal. Kualitas bisa diartikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas ialah unggulan relatif yang baik. Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan yang diterima, termasuk faktor-faktor seperti kecepatan, keakuratan, keamanan, kemanusiaan, dan kesesuaian dengan harapan mereka. Ini mencakup seluruh pengalaman pelanggan dari awal hingga akhir interaksi dengan layanan tersebut. Kualitas pelayanan lengkap berkontribusi pada reputasi positif perusahaan serta memudahkan untuk menjalin relasi jangka panjang dengan konsumen.

## BAB IV

### KAJIAN PUSTAKA

#### 4.1. Teori Promosi

Berdasarkan definisinya promosi merupakan aktivitas yang bertujuan supaya memberikan pengaruh terhadap konsumen supaya bisa mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan selanjutnya konsumen merasa senang kemudian melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Promosi adalah sarana yang efektif dalam mempertahankan nasabah.

Promosi diartikan sebagai anggapan nasabah pada aktivitas yang dilaksanakan bank dalam memberikan pengaruh nasabah supaya tercipta permintaan terhadap sebuah produk atau jasa. Variabel promosi bisa ditentukan melalui beberapa indikator diantaranya:

- a. Daya tarik promosi  
Anggapan konsumen pada promosi produk yang menarik perhatian.
- b. Keragaman media  
Anggapan konsumen pada berbagai macam media yang dipergunakan dalam mempromosikan yang terdiri dari iklan di media cetak serta elektronik dan yang memberi layanan kepada masyarakat.
- c. Efektifitas promosi  
Tanggapan konsumen terhadap efektifitas dari promosi produk.
- d. Pesan iklan  
Anggapan konsumen pada iklan media berdasarkan produk.

Bentuk- bentuk promosi bisa berbentuk media cetak semacam koran, media elektronik semacam tv, serta bisa pula berbentuk data yang di informasikan lewat internet. Dalam aktivitas promosi umumnya bank melaksanakan 4 fasilitas promosi, salah satunya ialah: periklanan(advertising), secara garis besar ke empat promosi yang dipergunakan oleh perusahaan adalah diantaranya :

1. Periklanan

Promosi yang dicoba pada wujud siaran ataupun foto ataupun kalimat yang dituangkan pada brosur, koran, Billboard, TV, majalah maupun radio.

2. Promosi Penjualan

Fasilitas yang dipergunakan buat tingkatkan penjualan lewat pemotongan harga ataupun Pemberian hadiah dalam waktu yang ditentukan pada beberapa produk.

3. Publisitas

Promosi yang dicoba buat tingkatkan image Bang di mata calon nasabah ataupun nasabah lewat aktivitas sponsor terhadap sebuah aktivitas amal ataupun sosial ataupun berolahraga.

4. Penjualan Individu

Promosi yang dicoba lewat setiap pegawai bank Ketika memberikan pelayanan dan turut pengaruhi nasabah.

#### **4.2. Teori Marketing mix**

Bagi Philip kotler serta Amstrong, bauran pemasaran ataupun Marketing Mix merupakan fitur perlengkapan pemasaran yang bisa

dikendalikan, produk, harga serta promosi yang digabungkan Oleh industri buat menciptakan reaksi yang di idamkan. Marketing Mix ialah melaksanakan aktivitas pemasaran yang dicoba dengan terpadu. Maksudnya aktivitas tersebut dicoba bersamaan antara elemen yang terdapat pada Marketing Mix itu sendiri.

Perencanaan strategi bagi Philip kotler merupakan proses buat meningkatkan serta menjaga kesesuaian strategis antara sasaran dan keahlian industri serta kemungkinan pemasaran yang selalu berganti. Perencanaan strategis bertumpu pada pembangunan sesuatu misi industri secara jelas, tujuan serta sasaran pendukung.

Philip kotler serta Armstrong, menerangkan kalau pada komunikasi pemasaran terdapat sebagian elemen yang digabungkan dan diwujudkan pada bauran komunikasi pemasaran terpadu, ialah bauran pemasaran Marketing Mix, promotion mix. Pada Marketing Mix industri jasa Spesialnya, terdapat unsur serta elemen yang jadi bawah pertimbangan untuk mengambil keputusan pada penyusunan strategi komunikasi pemasaran ialah, 7P: product, price, place, promotion, people, process, serta physical evidence.

Produk (*produck*) PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM yang di tawarkan yaitu Tabunganku, simple, tamades. Strategi yang harus dilakukan dengan melakukan modifikasi terhadap produk supaya semakin menarik atau bisa menghasilkan produk dengan moto yang diciptakan dengan menrik dan menghasilkan merek pada produk yang ditawarkan.

Harga yang ditawarkan PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM menetapkan harga produknya. Harga tersebut merupakan

bunga. Harga tersebut merupakan harga pembelian dan penjualan. Harga-harga tersebut adalah keuntungan bank atau dinamakan *spread based*. Selain itu pula bank bisa menetapkan harga sesuai biaya yang menjadi tanggungan nasabah misalnya administrasi, biaya transfer, iuran, biaya tagih, biaya rovisi, serta biaya penyewaan.

Tempat (*place*) dan lay out PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM di Jl Demak – Purwodadi No. 24 Demak. Lokasi tersebut cukup strategis karena di dekat jalan raya dan dengan permukiman warga.

Promosi (*promotion*) produk PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM yang diberikan kepada setiap nasabahnya. Promosi juga dilaksanakan guna tetap mempertahankan nasabahnya. Untuk memperluas jangkauan yang dilakukan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM melakukan promosi dengan cara melalui iklan, menyebar brosur, promosi penjualan, publisitas serta melakukan promosi door to door dan face to face.

Orang (*people*) karyawan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM sudah cukup baik memiliki jenjang pendidikan yang bagus, serta ketrampilan yang baik dalam bekerja

Proses (*process*) yang dilakukan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM cukup cepat dan teliti harus ramah dan memberikan penjelasan secara rinci. Karyawan juga memberikan dorongan agar nasabah senang menabung dan memberikan hadiah.

Kemudian Lampiran fisik (*physical evidence*) PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM kondisi ruangan tidak cukup luas sehingga nasabah kurang nyaman dalam menunggu antrian. Maka dari itu alangkah baiknya jika lay out ruang diperluas dan penataanya dirubah menjadi rapi dan nyaman agar menambah daya tarik nasabah.

#### 4.3. Minat

Minat merupakan perilaku jiwa orang seseorang tercantum ketiga guna jiwanya( kognisi, konasi, emosi), yang mengarah pada suatu, dari dalam ikatan itu faktor perasaan yang kokoh( Ahmadi, 1998). Sebaliknya Bagi Andi Mappiare( 1997) yakni sesuatu fitur mental yakni sebuah perpaduan dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka ataupun kecenderungan lain yang memusatkan orang kepada sesuatu opsi tertentu. Dari kedua pengertian atensi di atas bisa disimpulkan, kalau atensi ialah perilaku seorang yang me''miliki kemauan yang besar terhadap suatu ataupun sesuatu rasa keinginan yang kokoh buat melaksanakan sesuatu perihal buat menggapai tujuan tertentu.

Peneliti memilih dari definisi minat ialah sikap seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya yakni kognisi, konasi, serta emosi yang menuju satu titik, dari hubungan tersebut unsur perasaan yang kuat. Di bawah ini merupakan penjabaran dari indikasi yang menjadi acuan terciptanya ketertarikan nasabah diantaranya ialah:

- a. Kognisi: proses mendapatkan pengetahuan diantaranya kesadaran serta perasaan atau upaya untuk memahami sebuah hal dari pengalamannya

sendiri (Artikata.com) kognisi secara garis besar terdapat 2 jenis yakni melalui Indra dan melalui akal (Wardiana, 2004).

- b. Konasi: yaitu termasuk fungsi hidup kejiwaan seseorang yang bisa didefinisikan sebagai perilaku psikis yang memiliki upaya aktif serta berkaitan dengan terlaksananya sebuah tujuan (Ahmadi, 1998).
- c. Emosi: kecenderungan di sini mempunyai perasaan yang unik jika berdampingan bersama objek khusus pada lingkungannya (Wariana, 2004).

#### **4.4. Teori nasabah**

Berdasarkan KBBI nasabah merupakan seseorang yang terbiasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank. Definisi nasabah pada perbankan umum merupakan pihak yang mempergunakan layanan bank. Nasabah ialah Raja yang berarti seorang raja harus terpenuhi segala apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Layanan yang diberikan seperti memberi pelayanan kepada raja dalam artian terdapat batasan etika serta moral yang tidak merendahkan derajat pegawai bank tersebut. Kehadiran nasabah pada bank ialah menginginkan pemenuhan hasrat atau keinginan supaya dipenuhi baik itu berbentuk informasi, pengisian aplikasi atau keluhan. Maka CS bertugas untuk memenuhi segala yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah.

Berdasarkan UU Nomor 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 16, nsbahah merupakan pihak yang mempergunakan kas bank. Dari definisi tersebut nasabah terbagi ke dalam dua jenis yakni:

1. Pasal 1 ayat 17 mengemukakan bahwa nasabah penyimpanan merupakan nasabah yang memposisikan dana yang diberikannya pada bank berbentuk simpanan sesuai perjanjian bank dan nasabah yang berkaitan.
2. Pasal 1 ayat 18 mengemukakan bahwa nasabah dibitur merupakan seseorang yang mendapatkan fasilitas kredit atau pemberian biaya sesuai prinsip syariah atau disamakan dengan itu sesuai perjanjian bank dan nasabah yang berkaitan.

#### **4.5. Teori kualitas pelayanan**

Berdasarkan KBBI (2008: 744), kualitas merupakan taraf baik atau buruk suatu hal. Kualitas bisa diartikan sebagai tingkat kelebihan sehingga kualitas adalah ukuran relatif yang baik.

Menurut Syafrizal dalam jurnal kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan ialah pemberian secara excellent atau Superior layanan yang bertujuan supaya memberi kepuasan terhadap konsumen berdasarkan anggapan serta keinginannya. Kualitas pelayanan dapat tercipta jika pelanggan merasakan kesesuaian dengan apa yang diinginkan. Menurut Simamora, kualitas layanan merupakan perasaan yang dinyatakan melalui perbandingan antara ekspektasi terhadap produk serta realita yang diterima oleh konsumen. Upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen ialah melalui peningkatan nilai produk serta layanan yang diberikan.

Upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemenuhan keinginan serta harapan konsumen ialah melalui peningkatan nilai produk serta layanan

yang diberikan. Bank membutuhkan perencanaan serta pemberian layanan maksimal supaya memperoleh penilaian baik dari nasabahnya. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Rambat Lupiyoadi, supaya melakukan evaluasi kualitas layanan biasanya mempergunakan 5 dimensi yakni:

1. Hubungan Tangible dengan ketertarikan menabung melalui Data langsung ke bank. Kemampuan sebuah perusahaan untuk memperlihatkan eksistensi pada pihak luar. Perihal tersebut terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan serta alat yang dipergunakan terdiri dari gedung dan lain-lain. Tidak lupa juga penampilan pegawainya.
2. Hubungan Reliability dengan kepercayaan bank menurut Tjiptono dan Chandra, yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberi pelayanan secara akurat sejak awal tanpa ada kesalahan serta pemberian jasanya tepat waktu.
3. Hubungan Responsiveness dengan kemauan untuk memahami produk yang ditawarkan. Berkaitan dengan kesediaan serta kemampuan pegawai dalam memberi bantuan setiap nasabah dana merespon. Permintaan nasabah, dan memberi informasi Kapan layanan diberikan dan selanjutnya memberi layanan dengan cepat. Menurut kotler, kualitas pelayanan harus diawali dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan dan anggapan positif bagi kualitas layanan.
4. Hubungan Emphaty dengan pencairan informasi yang diberikan oleh bank. Memberi perhatian secara tulus dan sifatnya perseorangan atau

pribadi yang diberikan pada setiap konsumen melalui upaya memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

5. Hubungan Assurance dengan kepercayaan dan reputasi bank. menurut Tjiptono dan Chandra, bahwa jaminan yaitu perilaku Setiap karyawan bisa menciptakan kepercayaan nasabah pada perusahaan serta perusahaan dapat mewujudkan rasa aman untuk nasabahnya.



## **BAB V**

### **METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA**

#### **5.1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif serta pendekatan deskriptif yang bermaksud supaya memberi deskripsi serta gambaran terhadap peristiwa yang terjadi yang sifatnya alami atau rekaan manusia dengan lebih mempertimbangkan terkait karakteristik, kualitas serta hubungan antar kegiatan. Tidak hanya itu, penelitian deskriptif tidak memberi perlakuan, manipulasi atau perubahan terhadap variabel yang dikaji tetapi memberi gambaran sebuah keadaan berdasarkan kenyataannya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanya penelitian itu sendiri yang dilakukan dengan cara melaksanakan pengamatan, wawancara serta dokumentasi. ( Sukmadinata, 2011).

#### **5.2. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang telah dilaksanakan penulis bertujuan supaya mendapatkan data yang dibutuhkan guna memperkuat topik permasalahan yang dibahas dalam laporan magang ini. Metode yang dipergunakan ialah metode:

##### **5.2.1. Metode kuesioner**

Menurut para ahli metode ini ialah sebuah metode untuk mengumpulkan data melalui penggunaan susunan pertanyaan yang

dikirimkan untuk responden untuk mengumpulkan informasi dan opini dari mereka. Kuesioner biasanya mencakup pertanyaan terbuka dan tertutup yang dirancang untuk memperoleh informasi spesifik. Ini dapat dijadikan metode yang efektif serta efisien dalam mengumpulkan data dari banyak orang pada waktu yang sama.

Metode kuesioner juga bisa digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, tergantung pada jenis pertanyaan yang digunakan dan cara pengumpulan data. Pertanyaan terbuka biasanya digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif, sedangkan pertanyaan tertutup digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif.

Para ahli juga menekankan pentingnya desain kuesioner yang baik dan valid, serta proses pilot tes untuk memastikan bahwa kuesioner dapat diinterpretasikan dengan benar oleh responden dan menghasilkan data yang berguna.

### **5.2.2. Metode Observasi**

Disamping menggunakan wawancara dalam pengambilan data penulis juga melakukan metode observasi untuk memperkuat topik permasalahan yang dipilih. Metode pengumpulan ini dilakukan dengan pengamatan langsung, karena penulis melaksanakan program magang MBKM di lokasi pengambilan data yaitu pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang wonosalam, mengamati dalam pelaksanaan kegiatan - kegiatan yang terjadi di kantor. Penulis ditempatkan pada CS (customer service) dan pemroses. Tujuan observasi adalah untuk

memahami lingkungan tempat magang penulis, memahami aktifitas aktifitas yang terjadi selama proses magang penulis pada perusahaan, serta mengamati apakah terdapat permasalahan yang terjadi pada lokasi magang penulis yang nantinya akan di analisa dan di bantu mencari solusi dari permasalahan yang terjadi.

### **5.3. Jenis Data**

#### **5.3.1. Data primer**

Penulis menggunakan data primer yang merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber data atau yang diperoleh dalam bentuk data dari perolehan wawancara yang telah dilaksanakan, yaitu mengenai permasalahan atau kendala apa saja yang dihadapi atau faktor-faktor yang mendukung diperolehnya produk tabungan.

#### **5.3.2. Data sekunder**

Penulis juga menggunakan data sekunder yang merupakan data yang telah tersedia serta diperoleh oleh lembaga dan organisasi penyelidik sebelumnya. Data penguat yang penulis dapat yaitu: tentang sejarah, profil perusahaan, kegiatan pelayanan yang diberikan didalam perusahaan, serta data tentang penerimaan penabung pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang wonosalam.

#### 5.4. Alat Analisis data

Penulis menggunakan Studi komparatif sebagai alat dalam melakukan analisis data nantinya. Studi komparatif yaitu penulis membandingkan pelaksanaan di lapangan terkait dengan penyelesaian masalah dengan kondisi ideal berbasis teori yang digunakan. Nantinya penulis akan mengaitkan permasalahan yang terjadi di perusahaan dengan teori yang sudah ada dan membantu dalam pencarian solusi berdasarkan teori teori yang sudah ada. Beberapa teori yang hendak dipergunakan untuk pemecahan masalah adalah teori promosi, teori marketing mix, teori minat, teori nasabah, dan teori kualitas pelayanan.

##### Sumber data

##### a. Regulasi perlindungan konsumen

Regulasi Perlindungan Konsumen berisi tentang perlindungan preventif dan juga kuratif. Perlindungan preventif merupakan perlindungan bagi konsumen ketika hendak melakukan pembelian serta mempergunakan produk atau layanan. Sedangkan perlindungan kuratif ialah perlindungan untuk konsumen yang merupakan dampak dari pemakaian produk maupun layanan tertentu. Aturan terkait hukum perlindungan konsumen sudah tertuang pada UUPK No.8 tahun 1993.

Keberadaan konsumen yang sangat banyak dan strata dengan berbagai variasi mengakibatkan produsen melaksanakan pemasaran serta pendistribusian barang atau jasa secara efektif supaya bisa menggapai konsumen yang sangat beragam. Maka dari itu seluruh Metode pendekatan

dilaksanakan supaya dapat menciptakan berbagai dampak diantaranya kondisi yang mengarah pada perbuatan yang sifatnya negatif hingga tidak terpuji yang semula diperoleh dari niat buruk. Dampak buruk yang lain diantaranya terkait kualitas produk, informasi yang tidak jelas hingga menyesatkan..

Perlindungan konsumen harus memperoleh perlindungan secara lebih dikarenakan investasi asing sudah termasuk bagian dari pembangunan perekonomian di Indonesia yang mana perekonomian Indonesia sudah berkaitan dengan perekonomian dunia. Perdagangan internasional yang kompetitif bisa menimbulkan implikasi yang buruk untuk Perlindungan Konsumen. Saat ini transaksi memiliki berbagai jenis dan kerumitan misalnya kontrak pembuatan produk, waralaba, imbal beli, turn key Project, alih teknologi, aliansi strategi internasional, aktivitas keuangan dan lainnya. Globalisasi menimbulkan ketergantungan pelaku perekonomian dunia sangat berkembang. Manufaktur, perdagangan investasi melebihi batasan negara, peningkatan intensitas persaingan. Gejala tersebut semakin cepat dikarenakan majunya komunikasi serta transportasi teknologi.

b. Regulasi Perlindungan Merek

Merk atau brand bisnis merupakan sebuah tanda supaya memberi kemudahan untuk mengingat sebuah produk atau perusahaan yang cakupannya pada merek dagang serta merek jasa yang berfungsi untuk memberi tanda perbedaan suatu bisnis dengan bisnis yang lain. Aturan

terkait perlindungan merek tersebut tertuang pada UU No 15 tahun 2001 terkait merek serta UU no.23 tahun 1993 terkait cara permintaan pendaftaran merek.

Dalam dunia perdagangan merk berperan utama dikarenakan merk dijadikan pembeda asal usul terkait barang serta jasa. Merk adalah Gengsi. Untuk beberapa kalangan, Gengsi seseorang ada pada produk yang dikenakan atau jasa yang dipilih. Penyebab yang biasanya diutarakan ialah karena kualitasnya, bonafit atau investasi. Biasanya merk dijadikan gaya hidup yang bisa menjadikan Individu memiliki kepercayaan terhadap dirinya hingga menjadi penentu kelas sosial. Penggunaan produk dengan merk terkemuka ialah rasa bangga tersendiri untuk beberapa kalangan, apalagi jika produk tersebut adalah produk asli yang limited atau sulit untuk didapatkan oleh pembeli lainnya.

Kemudian pasal 4 UU merek 2001 mengutarakan bahwa: "Merk tidak bisa didaftar berdasarkan permohonan yang diberikan oleh pemohon yang memiliki niat tidak baik". Maka dari itu aspek perlindungan hukum tetap diberikan bagi mereka yang memiliki niat baik.

## BAB VI

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 6.1. Permasalahan

Berikut ini adalah Deskripsi dari Variabel kuesioner yang berkaitan dengan jawaban Nasabah dalam Menabung Pada PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM. Berdasarkan jawaban dari 30 responden tentang nasabah dalam menabung. Pada penelitian ini mempergunakan Skala Likert 1 sampai 5. Pada mengukur rentang sekala didapatkan rumus dibawah ini:

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{\text{sekala tertinggi-sekala terendah}}{\text{sekala tertinggi}}$$

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Ini menunjukkan rentang skala sebesar 0,8, maka penelitian akan mempergunakan katagori berikut :

1.0– 1.80 = Sangat Rendah

1.80 – 2.60 = Rendah

2.61 – 4.20 = Sedang

3.41 – 4.20 = Tinggi

4.21 – 5.00 = Sangat Tinggi

**Tabel 6.1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah
Laki-laki	17
Perempuan	13
Total	30

Sumber : Data primer yang dolah 2022

Dari perolehan data terkait karakteristik responden yang sesuai dengan jenis kelamin bisa terlihat bahwa responden terbanyak ialah laki-laki dengan jumlah 17 orang dan perempuan 13 orang.

#### 6.1.1. Promosi

Promosi bisa didefinisikan sebagai sebuah ikatan pangkat atau kedudukan pegawai pada susunan organisasi perusahaan. Promosi pada dunia pemasaran merupakan sebuah kegiatan berkomunikasi yang dilaksanakan oleh individu atau perusahaan pada masyarakat umum. Promosi bertujuan supaya menunjukkan merek, produk atau perusahaan kepada masyarakat serta bisa memberi pengaruh untuk mereka supaya mempergunakan atau melakukan pembelian terhadap produk atau layanan tersebut.

Nilai Indeks Jawaban Responden pada PT BPR BKK  
DEMAK(Perseroda) Cabang Wonosalam.

Tabel 6.2. Deskripsi Variabel Orientasi Nasabah

Indikator orientasi	Sekala jawaban responden PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) cabang wonosalam					Total	Kriteria Nilai Indeks
		1	2	3	4		
Bagaimana pendapat Anda tentang desain dan konten iklan produk tabungan PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam?	F	0	2	10	15	3	30
	%(FxS)	0	4	30	60	15	3,6
		1	2	3	4	5	
Apakah anda merasa puas dengan penawaran bunga yang di tetapkan oleh PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam	F	0	0	16	10	2	30
	%(FxS)	0	0	48	40	10	3,3
		1	2	3	4	5	
Sudahkah anda tertarik dengan promosi yang telah dilakukan PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam	F	0	0	7	23	0	30
	%(FxS)	0	0	21	92	0	3,8
		1	2	3	4	5	
PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam apakah menginformasikan kepada nasabah tentang produknya	F	0	0	4	10	16	30
	%(FxS)	0	0	12	40	80	4,4

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Desain dan konten iklan produk tabungan PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam ada 3 orang Sangat Setuju, 15 orang Setuju, 10 orang Cukup Setuju dan 2 orang Tidak setuju, karena bangunannya masih bangunan lama maka total skala sebanyak 3,6 dimana nilai indeksnya Sedang. Dengan penawaran Bunga yang ditetapkan banyaknya orang memilih 2 Sangat Setuju, 10 Setuju dan 16 Cukup Setuju, dikarenakan banyaknya orang bilang Bunganya terlalu besar, maka total skala sebanyak 3,3 dimana nilai indeksnya Sedang. Dengan pernyataan promosi banyaknya 23 orang memilih Setuju dan 7 orang Cukup Setuju, maka total skala sebanyak 3,8 dimana nilai indeksnya Tinggi. PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam menginformasikan kepada nasabah tentang produknya dan pernyataan Sangat setuju sebanyak 16 orang, 10 orang Setuju dan 4 Cukup Setuju, maka total skala sebanyak 4,4 dimana nilai indeksnya Tinggi dengan adanya nasabah datang untuk membuat tabungan maka dari pihak customer service menjelaskan dengan informasi yang ada pada produk tabungan.

#### **6.1.2. Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan dasar pokok supaya melihat kadar kepuasan konsumen. Pada perihal ini perusahaan bisa dinyatakan baik apabila bisa memberikan produk atau layanan berdasarkan apa yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan.

Nilai Indeks Jawaban Responden pada PT BPR BKK  
DEMAK(Perseroda) Cabang Wonosalam.

**Tabel 6.3. Deskripsi Variabel Orientasi Nasabah**

Indikator orientasi	Sekala jawaban responden PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) cabang wonosalam					Total	Kriteria Nilai Indeks
	1	2	3	4	5		
Apakah anda merasa puas dengan pelayanan di PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam dengan dimana transaksi cepat, tepat, dan efisien.	F	0	0	0	6	24	30
	%(FxS)	0	0	0	24	120	4,8
Apakah lokasi PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam cukup strategis untuk anda menabung	F	0	0	2	25	3	30
	%(FxS)	0	0	6	75	15	3,2
Bagaimana pendapat Anda tentang sikap dan profesionalisme staf PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam?	F	0	0	3	10	17	30
	%(FxS)	0	0	9	40	85	4,5

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6.1.2 diatas menjelaskan bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan bahwa PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam, mengenai kepuasan fasilitas pelayanan dimana transaksi cepat, tepat, dan efisien banyaknya orang berjumlah 24 Sangat Setuju dan 6 orang memilih Setuju maka total skala sebanyak 4,8 dimana nilai indeksnya Tinggi. Lokasi yang setrategis untuk penabung menyatakan banyaknya orang memilih 3 Sangat Setuju, 25 orang Setuju dan 2 orang Cukup Setuju, maka total skala sebanyak 3,2 dimana nilai indeksnya Sedang. PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam dengan pendapat masyarakat tentang sikap dan profesionalisme staf dengan pernyataan sebanyak 17 orang Sangat Setuju, 10 orang Setuju dan 3 Cukup Setuju, maka total skala sebanyak 4,5 dimana nilai indeksnya Tinggi.

## 6.2. Pembahasan

### 6.2.1. Promosi

Menurut Philip Kotler, pemasaran ialah "proses sosial serta manajerial yang mana seseorang dan organisasi mewujudkan, mempertukarkan serta memperoleh produk, jasa, dan informasi yang memiliki nilai untuk mereka ".

Menurut Kotler, pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen melalui menawarkan barang atau layanan yang berkualitas. Pemasaran memerlukan identifikasi dan

penilaian kebutuhan pasar, pemahaman konsumen dan penciptaan nilai bagi pelanggan melalui pengembangan dan pengiriman produk yang tepat. Konsumen bisa terpengaruh dari adanya informasi terkait barang, harga, distribusi serta promosi yang dinamakan Marketing Mix. Menurut Kotler (1995:18), Marketing Mix merupakan rangkaian alat pemasaran yang dipergunakan dalam memasarkan produk supaya meraih sasaran pemasaran. Marketing Mix terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi yang harus dimengerti secara baik oleh perusahaan supaya mampu terus mengalami perkembangan ketika ketatnya persaingan.

a. produk

merupakan segala hal yang dapat ditawarkan pada pasar supaya didapatkan, diterima atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Produk bisa berupa barang fisik, jasa bahkan ide. Produk fisik meliputi barang-barang seperti elektronik, pakaian, dan makanan. Jasa meliputi layanan seperti perawatan kesehatan, perawatan rumah, dan layanan keuangan. Ide meliputi konsep-konsep seperti filosofi, teknologi, dan desain. Dalam pemasaran, produk termasuk faktor penting dalam memberi pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Menurut Adisaputro (2014) produk merupakan hal apapun yang bisa ditawarkan pada pasar untuk digemari, diamati serta

dibeli guna memberi kepuasan terhadap sebuah kebutuhan atau keinginan. Saat ini persaingan cukup ketat untuk sebuah perusahaan apabila sekedar mengandalkan produk yang tersedia tanpa mengusahakan untuk terus berkembang. Analisis pasar melakukan studi tentang kebutuhan dan tren pasar sebelum mengembangkan produk baru, mengembangkan produk yang beragam untuk menarik pelanggan dengan berbagai kebutuhan. Melakukan Inovasi menciptakan produk baru yang unik dan memiliki nilai tambah bagi pelanggan, bekerja sama dengan perusahaan lain atau mitra strategis untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Fokus pada pelanggan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mengembangkan produk yang sesuai dan berkualitas. Memantau dan mengevaluasi performa produk secara berkala untuk memastikan efektivitas dan membuat perbaikan jika diperlukan.

Produk (product) PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM yang di tawarkan yaitu Tabunganku, simple, tamades. Strategi yang harus dilakukan dengan memberi modifikasi terhadap produk yang telah tersedia supaya semakin menarik atau bisa menghasilkan produk mutu yang diciptakan secara menarik dan menghasilkan merek pada produk yang ditawarkan dan mengembangkan strategi produk yaitu seperti mengembangkan merek atau logonya.

b. Harga

Harga merupakan faktor yang menentukan pembelian serta termasuk unsur utama yang menjadi penentu bagian pasar serta tingkatan laba perusahaan. Maka harga yang ditawarkan PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM menetapkan harga produk. Harga tersebut adalah bunga. Dan harga tersebut yakni harga beli dan harga jual. Harga-harga tersebut ialah laba dari bank, strategi penentuan harga harus memperhatikan tujuan penentuan harga, memaksimalkan harga, memaksimalkan harga, pembelian atau investasi. Adapun indikator dalam penetapan harga yaitu:

1. Strategi berdasarkan biaya, sebagai pendekatan harga yang melihat aspek biaya sebagai penentu harga.
2. Berdasarkan permintaan, dimana harga estimasi volume penjualan yang dapat dijual berdasarkan pada pasar tertentu dengan harga tertentu.
3. Berdasarkan persaingan, sebagai pesaing titik tolak penetapan harga bisa ditetapkan sama, diatas atau dibawah pesaing.
4. Berdasarkan kebutuhan konsumen, dimana pemasar menentukan harga yang menyediakan nilai maksimal kepada pelanggan, sehingga pelangganlah yang menentukan dan sebagai titik tolak penentapan harga.

c. *Place* (Tempat)

Artinya di manapun lokasi yang menjadi tujuan, bagaimanapun metode pendistribusiannya, sebanyak apapun saluran serta keadaan penyalurnya yang dibutuhkan. Dimaksudkan supaya produk yang dipasarkan bisa meraih segmen pasar supaya bisa mempengaruhi secara lebih luas pada keputusan untuk melakukan pembelian yang selanjutnya bisa mengoptimalkan tingkat penjualan perusahaan.

Tempat (place) PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM di Jl Demak – Purwodadi No. 24 Demak. Lokasi tersebut cukup strategis karena di dekat jalan raya dan dengan permukiman warga. Visibilitas yaitu lokasi dapat ditemukan dengan jelas, karena lalu lintas banyak orang yang yang beraktivitas maka dari itu tersedianya tempat harus ditingkatkan agar tambah luas dan berkembangnya usaha dikemudian hari. Dan AO juga mendatangi rumah yang menjadi pusat keramaian agar bisa menawarkan produknya dan lebih mudah untuk masyarakat menabung dan mendapatkan informasi.

d. Promosi

Promosi termasuk faktor yang menentukan kesuksesan sebuah program pemasaran. Promosi ialah aktivitas atau proses yang dilakukan guna meningkatkan pemasaran atau mempromosikan sebuah barang, jasa atau merek supaya menarik perhatian dan mempengaruhi perilaku pembelian target konsumen.

Promosi melibatkan penggunaan berbagai alat dan teknik, seperti iklan, penjualan langsung, publisitas, relasi masyarakat, dan hadiah, untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada target konsumen dan mempengaruhi perilaku mereka. Tujuan dari promosi ialah supaya mengoptimalkan penjualan, mengenalkan produk terbaru, membangun merek, atau mempertahankan loyalitas pelanggan.

Promosi (promotion) produk PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) CABANG WONOSALAM yang disampaikan pada nasabah. Promosi juga dilaksanakan supaya mempertahankan nasabahnya. Untuk memperluas jangkauan yang dilakukan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM melakukan peningkatan promosi dengan cara melalui iklan, menyebar brosur, promosi penjualan, publisitas serta melakukan promosi door to door dan face to face. Promosi penjualan akan mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku nasabah, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kinerja pemasaran bank. cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya, yaitu sebagai berikut:

##### 5. Penjualan pribadi (personal selling)

Meningkatkan Kegiatan yang dilakukan melalui para penjual dengan cara face to face, yang dikenal dengan sebutan AO, yang berhadapan langsung dan mempengaruhi calon pelanggan

dengan komunikasi yang persuasif. Dimana mencari tempat segmen pasar yang akan dibuat sasaran.

#### 6. Tangible

Bukti fisik yaitu kemampuan tenaga penjual dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak external. Meningkatkan Dimensi ini dapat direfleksikan melalui Penampilan dan Kelengkapan atribut penjualan.

#### 7. Reliability

Kemampuan untuk memberikan peningkatan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan informasi yang terpercaya.

#### 8. Responsiveness

Meningkatkan Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tangap kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi secara jelas.

#### 9. Quality Perception

Meningkatkan Persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang sama dengan yang diharapkan.

### 6.2.2. Kualitas pelayanan

Feigenbaum (Nasution,2004:41), mengemukakan bahwa kualitas merupakan kepuasan konsumen secara penuh. Definisi ini menekankan bahwa kualitas adalah tentang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan memberikan mereka pengalaman yang

memuaskan. Ini berarti bahwa kualitas bukan hanya tentang memenuhi standar minimal, tetapi juga mencakup faktor-faktor seperti kemudahan, kecepatan, Sikap staf, serta faktor lainnya yang memberi pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sebuah produk yang memiliki kualitas jika bisa memberikan kepuasan secara penuh pada pelanggan yakni berdasarkan apa yang diinginkan oleh pelanggan terhadap sebuah barang atau jasa. Garvin dan Davis (Nasution,2004:41), mengemukakan bahwa kualitas merupakan sebuah keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, manusia, proses serta tugas dan lingkungan yang memenuhi atau lebih dari ekspektasi konsumen.

Menurut Kotler (2002: 42), kepuasan ialah rasa bahagia atau kekecewaan individu yang terjadi usai melakukan perbandingan antara sudut pandangnya dengan kinerja atau hasil sebuah barang serta apa yang ia harapkan. Kepuasan adalah fungsi dari sudut pandang atau kesan terhadap kinerja maupun Harapan. Kepuasan nasabah yang hendak diciptakan oleh bank terpengaruh dari berbagai faktor diantaranya kualitas pelayanan (Othman and Owen, 2001; Hasanah, 2013; dan Ismail, 2014). Menurut Hasanah (2013), kualitas pelayanan adalah sebuah wujud penilaian pembeli pada tingkat layanan yang diperoleh dan harapan mereka. Astuti, et al (2009) menyatakan bahwa melalui peningkatan kualitas tentunya dapat memberi keuntungan untuk Bank, di antaranya mengoptimalkan kepuasan nasabah.

a. *People* (Orang)

Perekrutan SDM yang sesuai adalah kunci supaya perusahaan lebih maju. SDM yang terdapat pada perusahaan juga menjadi perwakilan dari nilai serta image perusahaan. Sehingga SDM yang baik juga bisa memudahkan pelanggan untuk menciptakan perasaan nyaman serta loyalitas pada merek atau produk yang dijual.

Orang (people) karyawan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM sudah cukup baik memiliki jenjang pendidikan yang bagus, serta ketrampilan yang baik dalam bekerja, karena mereka menjadi cerminan utama suatu perusahaan yang dinilai oleh konsumen. Maka faktor pentingnya adalah attitude dan motivasi dari karyawan dalam industry jasa.

b. *Process* (Proses)

Proses adalah suatu rangkaian aktivitas yang dilaksanakan guna meraih sebuah hasil tertentu. Dalam ilmu teknologi, proses dapat berupa serangkaian langkah-langkah untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi, atau serangkaian tahapan dalam pembuatan software. Dalam bisnis, proses dapat berupa serangkaian tahapan dalam melakukan suatu transaksi atau menyelesaikan suatu proyek. Proses dapat juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu sistem atau organisasi bekerja.

Dalam setiap konteks, proses memainkan peran penting dalam memastikan hasil yang efisien dan efektif.

Proses (process) yang dilakukan PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM cukup cepat dan teliti harus ramah dan memberikan penjelasan secara rinci. Karyawan juga harus memberikan dorongan agar nasabah senang menabung dan memberikan hadiah.

c. *Physical evidence* (Lampiran fisik)

Pada penjualan produk maupun jasa, pelanggan memerlukan bukti fisik supaya menciptakan hubungan bisnis secara nyata. Berbagai macam wujud fisik bisa dilaksanakan. Seperti kantor yang bisa didatangi maupun bentuk fisik yang bisa konsumen miliki misalnya brosur.

Lampiran fisik (physical evidence) PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM kondisi ruangan tidak cukup luas sehingga nasabah kurang nyaman dalam menunggu antrian. Maka dari itu langkah baiknya jika lay out ruang diperluas dan penataanya dirubah menjadi rapi dan nyaman agar menambah daya tarik nasabah dan memenuhi kenyamanan nasabah.

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **7.1. Kesimpulan**

##### **7.1.1. Promosi**

Untuk meningkatkan promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan guna menarik nasabah dalam menabung pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Wonosalam, perusahaan harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif. Ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan unsur-unsur dalam marketing mix, seperti produk, harga, promosi, dan distribusi.

Perusahaan dapat mempromosikan produk tabungan mereka dengan menawarkan keuntungan dan manfaat yang menarik bagi nasabah, seperti bunga yang lebih tinggi atau fasilitas tabungan yang unik. Perusahaan juga harus memastikan bahwa harga produk tabungan mereka kompetitif dan memperhatikan kebutuhan dan kemampuan nasabah.

Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM. Perihal tersebut memperlihatkan bahwa pada pemasaran produk berpengaruh pada nasabah untuk menentukan bank serta produk yang menjadi pilihan.

### 7.1.2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung Masyarakat di PT BPR BKK DEMAK (perseroda) CABANG WONOSALAM. Perihal tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang bagus juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Melalui layanan yang bagus menyebabkan nasabah akan menjatuhkan pilihannya pada bank tersebut supaya terus menjadi nasabah bank tersebut. Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen sangat besar, semakin bagus pelayanannya menyebabkan konsumen semakin puas.

Dengan memanfaatkan marketing mix dan meningkatkan promosi produk tabungan dan kualitas pelayanan, perusahaan dapat menarik nasabah untuk menabung dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka.

### 7.2. Rekomendasi

Rekomendasi yang akan saya berikan kepada perusahaan untuk dijadikan pertimbangan yaitu :

1. Lebih mengoptimalkan perkembangan teknologi informasi yang ada dengan maksimal PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam dapat melakukan penawaran baru untuk menarik nasabah lewat platform media sosial untuk menarik minat nasabah menabung di PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam.

2. PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam harus memperbaiki pelayanan kepada calon nasabah dan memberikan penawaran menarik untuk memikat calon nasabah seperti bunga tabungan yang beda dari bank lain dan hadiah untuk diundi kepada calon nasabah dalam pelayanan seperti ini yang harus ditingkatkan dari PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam.
3. Membarikan pembaruan terhadap ruang lingkup PT BRR BKK DEMAK (Perseroda) cabang wonosalam dengan struktur organisasi yang harus banyak dikembangkan dari segala jenis hal supaya dapat marik minat nasabah untuk manbung dan dengan soft skil pegawai yang dapat menarik nasabah.
4. Promosi produk yang efektif: Gunakan strategi promosi yang menarik dan menonjolkan keuntungan dan manfaat produk tabungan seperti bunga yang lebih tinggi, fasilitas yang unik, dan kemudahan dalam melakukan transaksi.
5. Kualitas pelayanan yang terbaik: Terapkan standar pelayanan yang tinggi dan memastikan bahwa staf perusahaan mempunyai wawasan serta skill yang cukup untuk memberi layanan yang baik kepada nasabah.
6. Inovasi produk tabungan: Tawarkan produk tabungan baru dengan fitur dan manfaat yang unik dan menarik bagi nasabah.
7. Survei nasabah: Gunakan survei nasabah supaya mengetahui kepuasan nasabah pada produk dan layanan yang diterima dan membuat perbaikan yang diperlukan.

## **BAB VIII**

### **REFLEKSI DIRI**

#### **8.1. Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat terhadap Pekerjaan Selama Magang**

Selama melaksanakan permagangan di PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM, ilmu yang saya dapat di Perkuliahan memberikan dasar teoritis yang diperlukan untuk memahami suatu pekerjaan atau industri. Ini membantu memahami bagaimana suatu perusahaan bekerja dan membuat keputusan yang lebih baik. diantaranya adalah pembelajaran sehingga semua pekerjaan dapat saya selesaikan dengan tepat waktu. Perkuliahan membantu saya ketika magang membangun kemampuan beradaptasi dan mengatasi tantangan baru. Ini berguna untuk mengatasi situasi yang tidak dikenal pada pekerjaan dengan karyawan yang ada di PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM. Saat Perkuliahan membantu penulis saat magang membangun kemampuan berpikir kritis dan memecahkan masalah. Ini membantu membuat keputusan yang tepat dan mengatasi masalah pada pekerjaan. Pemahaman saat perkuliahan memberikan pemahaman bisnis dan konsep pemasaran yang dapat membantu magang memahami bagaimana perusahaan membuat keputusan dan mencapai tujuan. Kemampuan presentasi pada perkuliahan membantu saat magang membangun kemampuan presentasi dan komunikasi yang efektif. Ini membantu menyampaikan pendapat dan solusi dengan jelas dan efektif.

Dengan adanya program magang ini, penulis diberikan kesempatan untuk mempelajari hal-hal baru tentang dunia pekerjaan yang tidak didapatkan hanya dalam bangku perkuliahan. Melalui program magang MB-KM ini membuat penulis lebih bertanggungjawab dengan apa yang penulis kerjakan dan mampu bekerjasama dengan baik antar sesama teman magang dan karyawan di PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM.

## **8.2. Manfaat magang**

### **8.2.1. Kegiatan magang dapat membantu dalam pengembangan soft skill seperti:**

1. Kemampuan beradaptasi dan bekerja sama dalam tim
2. Keterampilan komunikasi dan presentasi
3. Kemampuan memecahkan masalah dan membuat keputusan
4. Fleksibilitas dan adaptabilitas dalam situasi baru
5. Kemampuan belajar dan berkembang secara terus-menerus
6. Kemampuan bekerja di bawah tekanan dan mengatasi stress
7. Kemampuan membangun dan memelihara hubungan profesional.

Dengan mengalami pengalaman langsung dalam dunia kerja, dapat mempelajari dan mengembangkan soft skill melalui interaksi dengan rekan kerja, pemimpin, dan klien.

### **8.2.2. Kekurangan soft skill yang mungkin belum didapat oleh penulis selama magang meliputi:**

1. Belum mendapatkan jiwa Kemampuan memimpin dan memotivasi orang lain

2. Belum mampu bernegosiasi dan mempengaruhi orang lain
3. Belum mampu mempresentasikan ide dan pendapat secara efektif
4. Belum bisa memahami serta mengatur emosional yang ada pada diri sendiri maupun individu lainnya
5. Belum mampu mengatasi konflik dan menyelesaikan masalah dengan cara yang efektif.

### **8.3. Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa**

Selama kegiatan magang banyak sekali manfaat yang didapat oleh penulis dari pengalaman magang di PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM. Pengembangan kemampuan kognitif yang didapatkan penulis:

1. Memberikan pengalaman praktis: Magang memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teori yang didapatkan selama perkuliahan dalam situasi nyata. Ini membantu memperkuat pemahaman dan memperluas wawasan.
2. Meningkatkan kemampuan problem-solving: Melalui proses magang, mahasiswa akan dihadapkan dengan berbagai masalah yang harus diselesaikan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan problem-solving.
3. Meningkatkan keterampilan interpersonal: Magang membantu mahasiswa untuk melakukan interaksi serta melakukan kerjasama dengan individu lainnya, sehingga meningkatkan keterampilan interpersonal.

4. Memberikan pemahaman tentang dunia kerja: Magang membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk melihat dan memahami bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya bekerja, membantu mereka mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja.

#### **8.4. Kunci Sukses Bekerja**

Kunci sukses dalam bekerja diantaranya kemampuan berkomunikasi dan selalu jujur selama magang di PT BPR BKK DEMAK(Perseroda) CABANG WONOSALAM, saya mempelajari dengan kedisiplinan dan bertanggung jawab atas apa yang tugas dikasih harus berani bertanggungjawabkan agar mampu bekerja sama dan memiliki keterampilan dengan bidang pekerjaannya atau sebagai berikut:

1. Sifat profesionalisme, memperlakukan pekerjaan dengan serius dan mempertahankan standar profesional yang tinggi.
2. Kerja keras dan tekun, berusaha keras dan berdedikasi untuk menyelesaikan tugas dan memenuhi target yang ditentukan.
3. Kemampuan time management, manajemen waktu dengan efektif untuk mencapai hasil yang terbaik dalam waktu yang sesingkat mungkin.
4. Kemampuan bekerja sama dalam tim, memahami dan menghormati perbedaan individu dan bekerja sama dengan tim untuk mencapai tujuan bersama.
5. Fleksibilitas dan adaptasi, bisa beradaptasi dengan situasi dan perubahan yang berlangsung serta memberikan solusi yang inovatif.

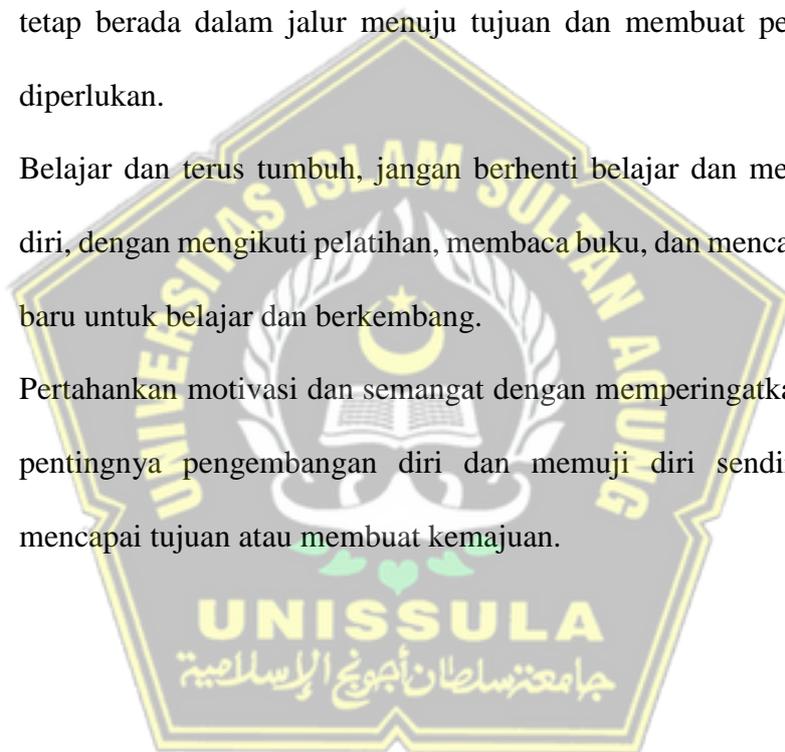
6. Kemampuan berpikir kritis, memiliki kemampuan dalam berpikir dengan cerdas dan kreatif, menyelesaikan permasalahan serta membuat keputusan yang tepat.
7. Kemampuan berkomunikasi, mempunyai skill dalam berbicara serta berkomunikasi secara efektif dengan rekan kerja dan pelanggan.
8. Kemampuan belajar dan tumbuh, memiliki keinginan untuk selalu belajar dan mengembangkan diri guna mengoptimalkan kualitas pekerjaan dan karier.
9. Integritas dan etika, berpegang teguh pada nilai etika serta integritas pada semua tindakan dan pengambilan keputusan.
10. Kepemimpinan, memiliki kemampuan untuk memimpin diri sendiri dan individu lainnya menuju kesuksesan bersama.

#### **8.5. Rencana pengembangan diri**

Dalam Rencana pengembangan diri, saya ingin melakukan pengembangan diri terhadap gambaran dimasa yang akan datang. beberapa langkah untuk membuat rencana pengembangan diri:

1. Tentukan tujuan dan visi, tentukan apa yang ingin di capai dan visi jangka panjang Anda dalam karier dan hidup pribadi.
2. Evaluasi kekuatan dan kelemahan, untuk menentukan area mana yang perlu ditingkatkan.
3. Buat daftar prioritas, maka urutkan tujuan dan area yang ingin dikembangkan berdasarkan prioritas dan waktu yang tersedia.

4. Buat rencana tindakan dan mulai untuk mencapai setiap tujuan dan area pengembangan, termasuk target jangka pendek dan jangka panjang, aktivitas yang akan dilakukan, dan deadline.
5. Cari dukungan dari orang terdekat, rekan kerja, atau mentor untuk membantu mencapai tujuan dan memberikan masukan dan umpan balik.
6. Lakukan pengawasan serta mengevaluasi secara berkala guna memastikan tetap berada dalam jalur menuju tujuan dan membuat perubahan yang diperlukan.
7. Belajar dan terus tumbuh, jangan berhenti belajar dan mengembangkan diri, dengan mengikuti pelatihan, membaca buku, dan mencari kesempatan baru untuk belajar dan berkembang.
8. Pertahankan motivasi dan semangat dengan memperingatkan diri tentang pentingnya pengembangan diri dan memuji diri sendiri setiap kali mencapai tujuan atau membuat kemajuan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta Alexander Sindoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.'
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melinium. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. kurnia, Deni. *Strategi Pemasaran Terhadap Nasabah*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta Alexander Sindoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Perkreditan-Rakyat.aspx>
- <https://bprbkdemak.co.id/>
- "The Value of Internships for Undergraduate Students: A Review of the Literature" oleh Lindsey Maloney, diterbitkan dalam *Journal of Education and Practice*, Vol. 7, No. 1, 2016.
- Adisaputro, A. (2014). *Strategi Pemasaran dan Konsep Produk*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Stanton, W. J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Andi Mappiare. (1997). *Psikologi Konsumen: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, N. (2019). *Pemasaran Modern: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

