

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK SIMPANAN
DI PT. BANK BJB KCP KRAMATWATU SERANG**

Diajukan Kepada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Dalam Rangka
Memenuhi Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya (A.Md)



Disusun Oleh :

IROH

5502200001

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG
2024**

**LEMBAR PERNYATAAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IROH
NIM : 5502200001
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Bauran Proomosi Produk Simpanan di
PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Tugas Akhir yang penulis buat sebagai syarat untuk gelar Ahli Madya (A.Md) merupakan hasil karya penulis pribadi dan saya tidak melakukan penjuplakan karya orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang dikutip dari hasil karya orang lain telah ditulis sumber dan referensinya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku .

Serang, 7 Juni 2023



IROH
NIM 5502200001

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Akhir berikut :

Judul : **STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK
SIMPANAN DI PT. BANK BJB KCP KRAMATWATU
SERANG**

Nama Mahasiswa : IROH

NIM : 5502200001

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 07 Juni 2024 melalui Sidang Tugas Akhir di Serang dan dinyatakan **LULUS**

Tanggal : 12-07-2024
Pembimbing I

Diqbal Saayanegara, S.E., M.Si
NIP. 198302072006041005

Tanggal : 10-07-2024
Pembimbing II

Fadhilah, S.Ikom., M.M
NIP. 199202042029032025

Tanggal : 08-07-2024
Penguji I

Solehatin Ika Putri, S.E., M.M
NIP. 199107122023212356

Tanggal : 05-07-2024
Penguji II

Farah Putri Wenang Lusianingrum, S.Pd., M.Sc
NIP. 199201282019032016

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Prof. Dr. H. Tubagus Ismail, S.E, M.M., AK
NIP.197312302001121001

Kepala Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran

Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M
NIP. 199009102019032017

ABSTRAK

Tujuan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah Untuk mengetahui strategi bauran promosi di PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang dalam mempromosikan produk simpanan dan Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi promosi produk simpanan pada bank BJB KCP kramatwatu serang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan *Customer Servis* dan *Teller* dan observasi langsung di bank. Hasil dalam Tugas Akhir ini adalah strategi bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang adalah melalui periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), Hubungan masyarakat(*publicity*), dan Pemasaran langsung (*Direct marketing*). dan hambatan yang dialami kurangnya ketertarikan Masyarakat dalam menabung, persaingan antar Perusahaan yang menawarkan produk sejenis sama, keterbatasan sarana pada saat melakukan promosi melalui media cetak yaitu masih terbatasnya jumlah brosur yang dimiliki dan media elektronik yaitu kurang memanfaatkan media sosial.

Kata Kunci : Strategi bauran promosi, produk simpanan

ABSTRACT

The objectives in the preparation of this final project are to find out the strategy promotion mix at PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang in promotion savings products and to find out the obstacles faced in the promotion strategy of deposit products at bank BJB KCP kramatwatu serang. The research method used is descriptive research with data collection through interviews with customer service and tellers and direct observations at the bank. The result of this final project is a promotional mix strategy carried out by PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang is through advertising, sales promotion, personal selling, publicity, and direct marketing. And obstacles experienced by the lack of public interest in saving, competition between companies that offer products of the same type, the limitations of facilities when promoting through print media are still limited in the number of brochures owned and electronic media, namely the lack of use of social media.

Keywords: *promotion strategy, savings products*

MOTTO LEMBAR

Bersungguh sungguhlah di jalan Allah “barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri.”

(QS Al Ankabut : 6)

“Jika kamu ada di jalan yang benar menuju Allah, berlailah. Jika itu berat untukmu, berlari-lari kecil lah. Jika kamu kamu Lelah, berjalanlah, dan jika kamu tidak bisa, merangkaklah, tapi jangan pernah berhenti atau berbalik arah.”

(Imam Syafi’i)

Kebaikan menghapus keburukan. “sesungguhnya perbuatan baik itu dapat menghapus perbuatan buruk.”

(QS Hud: 114)

Dan Dia Bersama kamu dimana saja kamu berada dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan

(Q.S Al-Hadid: 4)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan Karunia-Nya yang senantiasa memberikan petunjuk. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir. Dengan judul “Strategi Bauran Promosi Produk Simpanan di PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang “sebagai salah satu syarat dalam memenuhi Tugas Akhir pada Program Studi Diploma III Marketing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Sholawat serta salam tak lupa penulis persembahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, bersama keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini penulis menyadari banyak hambatan, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, pengarahan, semangat, dan motivasi sehingga dapat terselesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis, mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. H. Fatah Sulaiman, S.T., M. T., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
2. Prof. Dr. H. Tubagus Ismail, S.E, M.M, AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Dr. Wawan Ichwanudin, SE.,M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
4. Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M, Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
5. Diqbal Satyanegara, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi serta masukan kepada penulis
6. Fadhilah, S.Ikom.,M.M selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan masukan-masukan pada penyusunan laporan tugas akhir ini dengan penuh semangat dan keikhlasan

7. Seluruh dosen Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan ilmunya dan membimbing dengan baik selama perkuliahan
8. Staf Program Studi Diploma III Marketing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang sudah membantu dalam proses perkuliahan
9. Bapak Yuddy Renaldi selaku Direktur PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang (Persero) Tbk yang telah mengizinkan saya melaksanakan magang industri.
10. Ibu Denna Tri Utami selaku manager PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang yang telah mengizinkan saya melaksanakan magang industry
11. Bapak Andri Gusti M selaku pembimbing magang PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang yang telah membimbing penulis selama melaksanakan magang industri
12. Serta semua pihak lain, keluarga dan sahabat yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf yang sebersar-besarnya apabila terdapat kekurangan dan kesalahan. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta penulis menerima kritik dan saran demi perbaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Serang, 7 Juni 2023

IROH
5502200001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
LEMBAR MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Tugas Akhir	5
1.4 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Definisi Pemasaran	7
2.1.1 Bauran Pemasaran	8
2.1.2 Tujuan Pemasaran	10
2.2 Definisi Promosi	11
2.2.1 Bauran Promosi	12
2.2.2 Tujuan Promosi	13
2.3 Definisi Produk Simpanan	15
2.3.1 Produk Simpanan Tabungan	15
BAB III METODE PENULISAN	19
3.1 Objek Penulisan Laporan Tugas Akhir	19
3.2 Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	21

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Bank BJB KCP Kramatwatu Serang	23
4.1.1 Profil Singkat PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang	23
4.1.2 Tujuan VISI dan MISI PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang	26
4.1.3 Bagan Struktur Organisasi PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang.....	27
4.1.4 Deskripsi Pekerjaan PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang.....	27
4.2 Strategi Bauran Promosi Produk Simpanan di PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang	31
4.3 Kendala yang dihadapi dalam promosi produk simpanan PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang.....	35
4.4 Pembahasan Masalah.....	36
BAB V PENUTUP	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN-LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang.....	25
Gambar 4. 2 Bagan struktur organisasi PT. Bank BJB KCP kramatwatu	27
Gambar 4. 3 Papan reklame	32
Gambar 4. 4 Promosi voucher belanja.....	33
Gambar 4. 5 Hut PGRI	33
Gambar 4. 6 <i>Customer service</i>	34
Gambar 4. 7 Memasarkan produk simpanan	35

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Visi dan Misi PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang	26
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat hidup	45
Lampiran 2 Surat permohonan kerja / praktek magang.....	46
Lampiran 3 Surat balasan dari perusahaan	47
Lampiran 4 Kartu bimbingan tugas akhir.....	48
Lampiran 5 Form penilaian magang.....	49
Lampiran 6 Kegiatan magang	51
Lampiran 7 Brosur Tabungan Tandamata Myfirst	53

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dalam praktiknya paling tidak ada lima macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk atau jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*), Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga melalui hubungan Masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), keempat promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*), dan ke lima melalui pemasaran langsung (*Direct marketing*). Menurut Assauri (2019:65).

Seiring perkembangan dunia perbankan, banyak produk dan jasa perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat. Selain itu perbankan pun terus menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen. Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran memainkan peranan yang penting melalui upaya perusahaan dalam menerapkan strategi dan kebijakan perusahaannya untuk

mewujudkan kepuasan nasabah. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat.

Menurut Assauri (2018) promosi adalah usaha dari perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu para calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur bauran pemasaran, kebijakan promosi ini tidak terlepas dari kebijakan terpadu bauran pemasaran, sehingga keberhasilan atau keefektifannya sangat tergantung pada kebijakan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2019:63) promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora (2018), promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi atau individu.

Dengan demikian maka kinerja strategi promosi berhubungan erat dengan nasabah yang mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Dalam strategi promosi terdapat bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai salah satu aspek strategi dalam promosi. Elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*), strategi promosi dapat dijadikan sebagai

alat informasi dan komunikasi untuk meningkatkan jumlah suatu produk agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Saat ini semakin beragam produk tabungan yang ditawarkan oleh perbankan kepada masyarakat dengan berbagai kemudahan-kemudahan, tingkat suku bunga yang kompetitif, berikut hadiah-hadiah yang menarik. Hal ini jika dilihat dari sudut pandang nasabah, cukup menguntungkan karena semakin banyak produk yang ditawarkan.

Bank BJB sebagai salah satu bank yang memasarkan berbagai simpanan, produk simpanan yang dimiliki oleh bank BJB seperti Tandamata Purnabakti, Tandamata Bisnis, Tandamata Gold, Tandamata Dollar, dan lain-lain. Dari banyaknya produk Tabungan yang ditawarkan oleh bank BJB penulis tertarik untuk meninjau produk Tabungan BJB Tandamata MyFirst. Menurut penulis produk simpanan Tandamata MyFirst dapat dijadikan media edukasi untuk mengenal dan menanamkan budaya menabung sejak dini agar anak lebih mengerti cara menyimpan uang dan kurangnya anak yang menabung di sekolah maka orang tua lebih percaya untuk menabung di bank untuk masa depan anaknya.

Produk ini terhitung produk baru di bank BJB, yang baru diluncurkan di pasaran pada bulan januari tahun 2014. Maka promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan keunggulan dari tabungan Tandamaat My First dalam meraih calon konsumen atau nasabah. Produk tabungan Tandamata My First diharapkan menjadi produk unggulan, tentunya dengan atribut produk yang

memenuhi syarat seperti layanan, tingkat suku bunga dan kemudahan-kemudahan. Hal ini menjadi dasar keputusan bagi nasabah untuk memilih dan menggunakan produk yang diinginkan.

Adapun penerapan strategi promosi yang digunakan oleh bank BJB kantor cabang pembantu kramatwatu serang untuk meningkatkan penjualan produk tabungan Tandamata My First diantaranya melalui kegiatan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), publisitas (*publicity*), dan pemasaran langsung (*Direct marketing*). Kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank BJB kantor cabang pembantu kramatwatu berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Rata-rata Nasabah peminat Tabungan Tandamata My First yaitu kalangan dewasa. Pada periode pertama bulan (maret-mei) Tahun 2023 jumlah nasabah sebanyak 47 orang namun pada bulan (juni-juli) menurun sebanyak 7 orang yaitu dari 47 orang menjadi 40 orang. Hal ini dilatar belakangi karena adanya hambatan yang menjadi tantangan selama pelaksanaan promosi mulai dari persaingan antar bank, jumlah brosur yang masih terbatas, kurang memanfaatkan media iklan televisi, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dan mengambil judul “**Strategi Bauran Promosi Produk Simpanan di PT. Bank BJB KCPKramatwatu Serang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bauran promosi di PT. bank BJB KCP kramatwatu serang dalam mempromosikan produk simpanan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam Strategi promosi produk simpanan di PT. bank BJB KCP kramatwatu serang?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Penelitian laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bauran promosi di PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang dalam mempromosikan produk simpanan
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi promosi produk simpanan pada bank BJB KCP kramatwatu serang

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Bagi Penulis

- a. Untuk lebih mendalami cara penulisan lebih baik dan efektif serta meningkatkan wawasan ilmu lebih mendalam dan untuk meningkatkan pengetahuan penulis pada laporan tugas akhir.
- b. Menambah informasi bagi penulis tentang strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang dalam pelaksanaan bauran promosi pada produk simpanan

1. Manfaat Bagi Akademik

- a. Bagi pihak lain penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu bagi para pembaca serta dapat dipertimbangkan untuk bahan penelitian selanjutnya.
- b. Menambah informasi dan dapat dijadikan sumber dan referensi dan bagi mahasiswa mengenai kajian strategi promosi tentang PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil pembahasan ini dapat memberi sumber wacana untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan strategi promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4).
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5.
- Fariha, S. (2021). *STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN DI BANK BJB SYARIAH KCP SINGAPARNA* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Mumtahaen, I. (2020). PENERAPAN HYBIRD CONTRACT PADA PRODUK GIRO. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)*, 2(1), 23-32.
- Napitupulu, Diana RW. *Lembaga Penjamnin Simpanan Di Indonesia*. UKI Press, 2020.
- Prabowo, A. D. R., & Muljono, M. (2018). Prediksi Nasabah Yang Berpotensi Membuka Simpanan Deposito Menggunakan Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization. *Techno. Com*, 17(2), 208-219.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., ... & Kutoyo, M. S. (2022). Manajemen Pemasaran.
- Siswandi, M. P. (2018). TINJAUAN PELAKSANAAN DIGITAL MARKETING PADA PRODUK BJB DEPOSITO BERJANGKA DI BANK JABAR BANTEN (BJB) CABANG UTAMA BANDUNG.

Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.

<https://equatorscience.com/index.php/move/article/view/141>