

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Berikut ini adalah gambaran umum dari PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang yang telah diperoleh selama kegiatan magang industri.

4.1.1 Profil Singkat PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Bank merupakan salah satu jenis Lembaga keuangan di Indonesia didunia keuangan bank merupakan salah satu institusi pilar penjamin kelancaran perputaran uang dalam masyarakat. Lembaga keuangan tentunya memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan ini memiliki jam operasional 08:00 – 16:00 WIB. Lokasi PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang berada di Ruko Citra Garden BMW, Blok B-03 No. 01, wanayasa, Kec. Kramatwatu kabupaten serang Banten 42161 dan memutuskan untuk berpindah lokasi pada Juni 2021 PT. bank BJBKCP kramatwatu serang yang beralamat di Jl. Raya serang km. 8, RT/ RW 003/ 001 Desa kramatwatu, kec. Kramatwatu kabupaten serang, provinsi banten bank bjb yang berkantor pusat di kota bandung provinsi jawa barat. Dan kantor cabang khusus (Kck) yang Berada di Jl. Veteran No 6, Cipare, Kec Serang. Kota serang, Banten 42117

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (selanjutnya disebut “bank BJB” atau Perseroan) didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah No 33 Tahun 1960 tentang penentuan perusahaan milik Belanda di Indonesia yang dikenakan nasionalisasi. Salah satu perusahaan milik Belanda yang berkedudukan di Bandung yaitu N.V Denis (De Eerste Nederlandsche Indische

Shareholding) terkena ketentuan tersebut dan diarahkan kepada Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Bank telah mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 20 Mei 1961. Sebagai tindak lanjut dari peraturan Pemerintah No. 33 tahun 1960, Pemerintah daerah Tingkat Provinsi Jawa Barat mendirikan Bank Karya Pembangunan dengan Akta Notaris Noezar No. 152 tanggal 21 Maret 1961 dan No. 184 tanggal 13 Mei 1961 yang kemudian dikukuhkan dengan surat Keputusan Gubernur Provinsi Jawa Barat No. 7/GKDN/BPD/61 tanggal 20 Mei 1961 dengan nama PT Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat No. 11/PD/DPRD/72 tanggal 27 Juni 1972, kedudukan hukum PT Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat diubah menjadi PD Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat.

Nama PD Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat selanjutnya diubah menjadi BPD Jabar sesuai Perda Provinsi Jawa Barat Nomor 1/DP-040/ PD/1978 Tanggal 27 Juni 1978. Pada tahun 1992 sesuai dengan Surat Keputusan Bank Indonesia No.25/84/KEP/DIR tanggal 2 November 1992 status BPD Jabar meningkat menjadi bank umum devisa. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1995, BPD Jabar memiliki sebutan Bank Jabar dengan logo baru.

Berikut gambar logo PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang



GAMBAR 4. 1 LOGO PT. BANK BJB KCP KRAMATWATU SERANG

(SUMBER: PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN TBK)

Logo perseroan memiliki makna jangkauan pelayanan dan persefektif sekunder berarti sayap yang terbang untuk kemajuan. Bentuk sayap pada bank bjb melambangkan lengan yang menjangkau jauh untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, Shareholder dan seluruh masyarakat. Sedangkan penggunaan huruf pada *logotype* merupakan pengembangan bentuk dari huruf Alte Haas Grothesk.

Pemilihan nama bank BJB hadir sebagai akronim dari bank jabar banten menggambarkan sifat derhanaan dan sifat modern masyarakat dimana bank BJB akan berbakti. Nama ini menggambarkan tranformasi bank BJB untuk menjadi lebih efektif dan professional dalam melayani seluruh lapisan masyarakat dari sabang sampai Merauke. *Brand personality* bank BJB menggambarkan sosok institusi finansial yang cekatan, sigap dan terampil dalam setiap Tindakan maupun interaksi. Baik dengan shareholder, nasabah maupun dengan masyarakat pada umumnya. Selain itu, juga menunjukkan sosok institusi finansial yang membumi, akrab, ingin selalu dekat masyarakat, shareholder dan nasabahnya. Sehingga

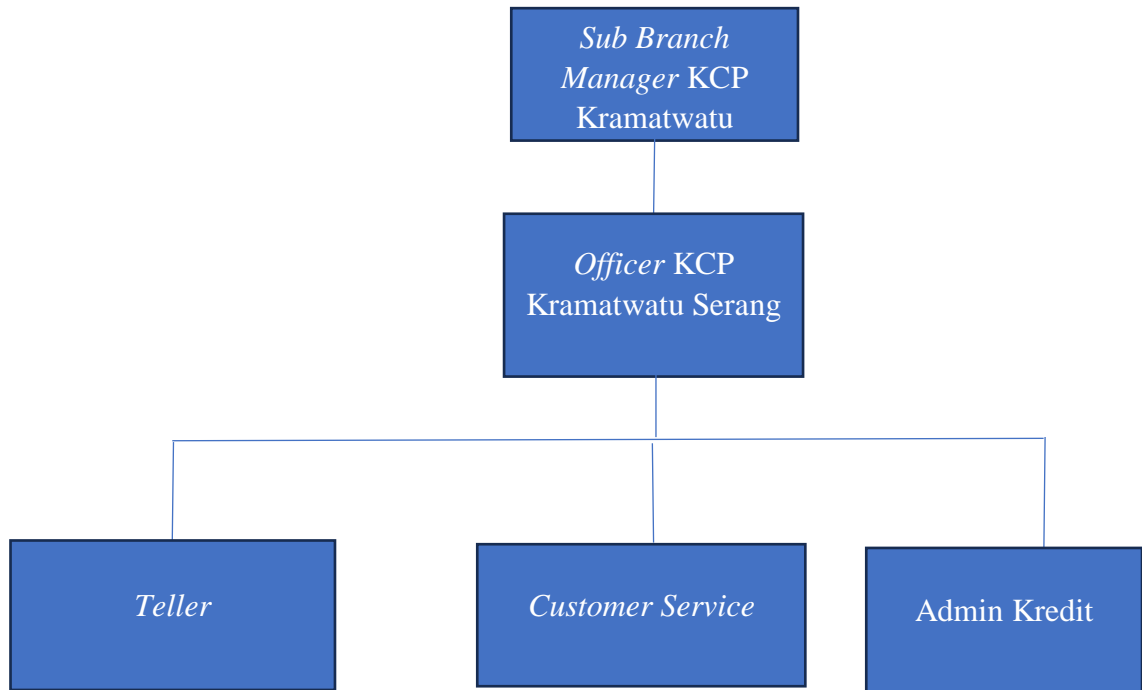
dalam proses operasional hari ke hari, sifat ini menjadi nafas dalam setiap Tindakan. Serta menampilkan sosok sebuah institusi finansial yang mapan memiliki pondasi yang kuat, dan dengan demikian dan demikian tampak penuh percaya diri dalam menghadapi persaingan, menjadi pemakin teratas dalam industry maupun dalam proses pelayanan dengan nasabah.

4.1.2 Tujuan VISI dan MISI PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

TABEL 4. 1 VISI DAN MISI PT. BANK BJB KCP KRAMATWATU SERANG

Visi	Misi
menjadi Bank Pilihan Utama Anda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kontribusi dan berpartisipasi sebagai penggerak dan pendorong laju perekonomian daerah 2. Menjadi partner utama pemerintah daerah dalam pengelolaan kaungan 3. Memberikan layanan terbaik kepada nasabah 4. Memberikan manfaat terbaik dan berkelanjutan kepada stakeholders 5. Meningkatkan inklusi keuangan kepada masyarakat melalui digitalisasi perbankan

4.1.3 Bagan Struktur Organisasi PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang



GAMBAR 4. 2 BAGAN STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK BJB KCP KRAMATWATU

(Sumber: Pegawai PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang)

4.1.4 Deskripsi Pekerjaan PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Pada struktur bagan organisasi PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang terdapat pembagian tugas dan tanggung jawabnya dari masing- masing bagian secara terstruktur yaitu sebagai berikut:

1. *Sub Branch Manager* Tugasnya yaitu:
 - a. Membangun budaya *Cost Awareness* dan *cost* efisiensi serta mengelola dan melakukan pemantauan terhadap seluruh biaya – biaya sehingga seluruh biaya dapat termonitor dengan baik.

- b. Melakukan koordinasi dengan kantor cabang dalam rangka pemantauan terhadap *service standard*
 - c. Melakukan koordinasi dan Kerjasama ditingkat cabang pembantu sesuai dengan kewenangan tugasnya dan memantai pelaksanaan tindak lanjut audit ditingkat cabang sesuai kewenangan tugasnya.
 - d. Menusun rencana bisnis untuk kcp dan memonitor pencapaiannya.
 - e. Menyusun kebijakan kcp sesuai dengan petunjuk kantor pusat
 - f. Menetapkan strategi kinerja, pemasaran dan anggaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - g. Memeriksa laporan pengaduan nasabah.
 - h. Membimbing bawahan dalam memahami produk dan layanan bank.
 - i. Bertanggung jawab atas terlaksananya kinerja seluruh pegawai
2. *Officer* tugasnya yaitu:
- a. Mengawasi kinerja unit analisis *officer consumer*, analisis *officer* mikro, analisis *officer* KPR, analisis *officer* komersial.
 - b. Memutuskan bisnis yang telah dibuat oleh para bawahannya
 - c. Mengkoordinir tugas dan fungsi marketing dalam produk *funding* atau *lending*
 - d. Mengoptimalkan semua target yang diberikan kepada semua *staff* bawahannya.
 - e. Merancang dan merealisasikannya strategi bisnis menghimpun dana dan menyalurkan dana
3. *Teller* tugasnya yaitu:

- a. Menerima uang *cash*, cek, dan bentuk pembayaran lainnya dari nasabah dan menjaga slipnya
 - b. Memverifikasi identitas nasabah dan memastikan dokumen sudah dilengkapi dengan benar.
 - c. Memastikan nasabah memiliki dana yang cukup untuk membayar biaya transaksi yang dilakukannya dibank
 - d. Menjawab pertanyaan nasabah seputar tabungannya serta layanan dan produk yang ditawarkan bank.
 - e. Merekomendasikan produk khusus bank dan mengarahkan nasabah yang tertarik ke pegawai bank yang terkiat.
 - f. Memahami dan mengikuti hukum perbankan dan prosedur bank yang berlaku.
 - g. Memastikan jumlah setoran dan dokumen yang diberikan nasabah sudah disetujui
 - h. Menyimpan seluruh transaksi konsumen ke sistem computer bank dan memastikan data yang dimasukkan sudah akurat
 - i. Menghitung jumlah uang *cash* sebelum dan sesudah jam kerja untuk memastikan tidak ada kekurangan dari uang transaksi
 - j. Mengecek kesalahan dalam transaksi saat kredit dan debit tidak seimbang
4. *Customer service* tugasnya yaitu:
- a. Memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk dan jasa bank.
 - b. Mengelola cek dan *bilyet* giro sesuai dengan ketentuan yang berlaku

- c. Melayani permintaan pembuatan dan penutupan ATM.
- d. Melakukan pengkinian data terhadap data nasabah maupun debitur sesuai dengan dokumen yang diterima oleh nasabah.
- e. Melayani pembuatan surat keterangan atau dukungan bank sesuai dengan permintaan nasabah.
- f. Membuat dokumentasi data nasabah berdasarkan urutan CIF
- g. Membuat buku register yang terkait bidang tugasnya.
- h. Membuat dan merekap laporan pengaduan nasabah
- i. Merekrut pelanggan potensial dengan cara merekomendasikan barang atau jasa dan menjelaskan bagaimana produk perusahaan dapat menguntungkan mereka
- j. Menjawab pertanyaan apa pun yang mungkin dimiliki pelanggan tentang produk dan layanan perusahaan
- k. Membantu pelanggan membuat akun baru dan mencatat informasi akun dalam bentuk tertulis atau digital
- l. Mendengarkan keluhan pelanggan agar dapat mengidentifikasi penyebab masalah
- m. Memberikan tanggapan yang tepat untuk masalah pelanggan dan berusaha menyelesaikan dengan cepat dan tepat.
- n. Mengelola dan memperbarui informasi akun keuangan secara rutin menggunakan *software* tertentu.

- o. Mengantisipasi kebutuhan pelanggan, menindaklanjuti keluhan pelanggan sebelumnya untuk menawarkan pemesanan ulang, layanan tambahan, atau solusi lainnya.
5. Administrasi Kredit tugasnya yaitu:
- a. Membantu penyajian data debitur serta mengelola administrasi dan dokumentasi kredit sesuai dengan kebijakan yang berlaku
 - b. Menyiapkan proses akad antara bank dan calon debitur
 - c. Memeriksa kelengkapan dokumen kredit sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - d. Melakukan proses update data kredit perdebitur dan garansi bank.
 - e. Mengelola pengajuan pertanggung jawaban asuransi baik asuransi kredit jiwa dan kerugian dan lain sebagainya.
 - f. Menangani dan mengelola proses pengajuan klaim terhadap pihak asuransi

4.2 Strategi Bauran Promosi Produk Simpanan di PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Ada lima macam strategi bauran promosi yang diterapkan oleh PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang yaitu sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*) periklanan adalah semua bentuk penyajian *nonpersonal*, promosi ide-ide, promosi barang atau jasa, yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar. bentuknya yang paling dikenal masyarakat adalah media elektronik dan media cetak. Bank BJB KCP kramatwatu salah satu yang menggunakan iklan media cetak yaitu iklan papan reklame posisinya ada di depan kantor bank bjb Jl. veteran NO. 6, cipare, kec. Serang, kota serang, Banten 42117 serang

pajak berbayar 1 tahun sekali dan dikeluarkan oleh pemda dan setelah keluar no wajib pajak dari pemda langsung melalui teller bank BJB untuk melakukan transaksi pembayaran.

Contohnya iklan papan reklame sebagai berikut:



GAMBAR 4. 3 PAPAN REKLAME

2. Promosi penjualan (*sales promotion*) promosi penjualan adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuknya seperti undian, hadiah, sampel, dan lain-lain. Bank BJB KCP kramatwatu memberi nasabah berupa voucher belanja sebagai pembayaran atau diskon pada yang telah ditawarkan kepada nasabah yaitu sebagai berikut:



GAMBAR 4. 4 PROMOSI VOUCHER BELANJA

3. Hubungan masyarakat dan publisitas (*public realation and publicity*)
hubungan masyarakat adalah suatu usaha dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk. Bentuknya seperti donasi, amal, pidato, seminar, dan lain-lain. Bank BJB KCP kramatwatu serang sebagai sponsorship dalam rangka memeriahkan HUT PGRI menaikan gaji guru yaitu sebagai berikut:



GAMBAR 4. 5 HUT PGRI

4. Penjualan personal (*personal selling*) penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Pemasaran baik kredit atau simpanan melalui tatap muka dengan calon nasabah hingga terjadi interaksi tanya jawab serta terjadinya minat calon nasabah untuk menjadi debitur dan percaya kepada bank BJB KCP kramatwatu serang untuk menyimpan dananya. Customer servis berinteraksi dengan nasabah Ketika nasabah tertarik dengan produk atau jasa bank yang telah ditawarkan bank customer servis mempromosikan produk my first kepada nasabah supaya nasabah tertarik kepada produk yang telah dipromosikan. Contohnya sebagai berikut:



GAMBAR 4. 6 CUSTOMER SERVICE

5. Pemasaran langsung (*Direct marketing*) yaitu komunikasi secara langsung yang digunakan dari mail, telepon, fax, e-mail, atau internet untuk

mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas. pemasaran secara langsung bank BJB KCP kramatwatu serang yaitu dengan cara menghubungi nasabah lewat telepon dalam memasarkan produk kredit bank BJB KCP kramatwatu serang Contohnya sebagai berikut:



GAMBAR 4. 7 MEMASARKAN PRODUK SIMPANAN

4.3 Kendala yang dihadapi dalam promosi produk simpanan PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang

Beberapa kendala yang dihadapi dalam mempromosikan produk simpanan diantaranya yaitu:

1. Kurangnya ketertarikan Masyarakat dalam menabung hal ini menjadi kendala sangat umum yang biasa terjadi pada kalangan Masyarakat. Dan hal ini dirasakan oleh pihak bank BJB KCP kramatwatu serang menjadi faktor penyebab terhambatnya penjualan dalam mempromosikan produk simpanan.

2. Keterbatasan mengenai jumlah brosur yang dimiliki masih sedikit dalam promosi produk simpanan hal ini menjadi faktor terhambatnya penjualan mempengaruhi nilai citra Perusahaan
3. Persaingan antar bank ini akan menyebabkan terhambatnya penjualan produk atau jasa di PT. Bank BJB KCP kramatwatu serang jika penjualan semakin menurun dikarenakan persaingan semakin ketat maka hal ini membuat citra Perusahaan akan memburuk
4. Kurang memanfaatkan sosial media

4.4 Pembahasan Masalah

Berikut ini merupakan pembahasan permasalahan yang ditemukan ditempat magang industri yaitu PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang

Pemasaran sudah tidak asing lagi di kalangan Masyarakat karena pemasaran sudah banyak diperbincangkan didunia kerja pemasaran juga merupakan kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan Perusahaan. Pemasaran sangat penting dalam sebuah Perusahaan karena untuk menyebarkan informasi atau mempromosikan produk dan jasa kepada seluruh Masyarakat atau konsumen dalam mempromosikan produk simpanan yaitu dengan cara berkomunikasi secara langsung tatap muka dengan nasabah dan berkomunikasi secara baik supaya menarik hati minat nasabah guna meningkatkan target penjualan. Tapi dikarenakan adanya hambatan pandemi covid-19 mempengaruhi menurunnya minat para konsumen akan produk

simpanan dan membuat promosi tidak berjalan dengan seefektif mungkin. Oleh karena itu para nasabah dan pegawai tidak merasa nyaman karena tidak sesuai yang mereka inginkan semoga pandemi covid-19 cepat berakhir supaya bisa beraktivitas seperti biasanya, pihak Perusahaan pun merasa senggan saat akan berkomunikasi dengan para nasabah sehingga membuat para konsumen tidak minat atau tertarik dengan produk yang telah di informasikan atau dipromosikan secara dengan baik dan benar oleh pihak Perusahaan, hal ini membuat menurunnya Tingkat penjualan produk maka dari itu tidak baik untuk citra Perusahaan dan bagaimana caranya supaya penjualan produk meningkat Kembali seperti biasanya.

PT. bank BJB KCP kramatwatu serang menyadari bahwa semakin pesatnya keinginan nasabah untuk mempunyai produk Tabungan yang telah di promosikan atau di informasikan oleh pihak Perusahaan dengan secara baik, dan nasabah tentunya menginginkan pelayanan atau jasa dengan baik agar terciptanya kenyamanan antara pihak Perusahaan dan nasabah. pihak Perusahaan memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah supaya meningkatnya Tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank BJB KCP kramatwatu serang. Dengan adanya bank BJB KCP kramatwatu serang memudahkan Masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi maupun menyimpan dananya di bank tersebut secara efektif dan efisien. Masyarakat bisa mengunjungi bank dengan mudah karena tempat atau lokasi yang sangat terjangkau oleh Masyarakat.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan PT. bank BJB KCP kramatwatu serang harus menerapkan strategi-strategi dalam pemasaran suatu produk atau jasanya baik dalam bauran promosi atau bauran pemasaran untuk mempengaruhi nasabah guna meningkatkan jumlah para nasabah yang terpenting dalam cara komunikasi harus baik dan benar. Promosi yang dilakukan lebih menguntungkan pihak dalam promosi menggunakan brosur produk simpanan dengan nasabah pihak Perusahaan dengan menerapkan etika yang baik bisa membuat para nasabah merasa senang.