

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HARIAN PADA PT. BANK
PERKREDITAN RAKYAT (BPR) ARTA SWASEMBADA CABANG MOJOSARI**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk penyelesaian program Pendidikan
Diploma 3 Program Studi Keuangan Perbankan.



Oleh :

BAGASKORO DWI ATMOJO
2017110280

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2020

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Bagaskoro Dwi Atmojo
Tempat, tanggal lahir : Sidoarjo, 03 Januari 1999
N.I.M : 2017110280
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Program Pendidikan : Diploma 3
Judul : Strategi Pemasaran Tabungan Harian Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing
Tanggal : 26 – Agustus – 2020

Co. Dosen Pembimbing
Tanggal : 26 – Agustus – 2020

(Anggraeni, S.E.,M.Si, SE.,MM)
NIDN.0731106702

(Ali Soebijanto,S.H.MH)
NIDN. 731106101

Ketua Program Studi Diploma 3
Tanggal : 26 – Agustus – 2020

(Dr. Kautsar Riza Salman,SE.,MSA.,AK)
NIDN.072611702

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HARIAN PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) ARTA SWASEMBADA CABANG MOJOSARI

BAGASKORO DWI ATMOJO

2017110280

Email : atmojobagas10@gmail.com

ABSTRACT

The main purpose of this study is to know the marketing strategy and to increase the number of customers at the BPR Arta Swasembada Bank Mojosari Branch. To analyze the research data, the writer uses qualitative data which in this method the writer describes the actual facts on the bank with existing theories. Bank BPR Arta Swasembada Branch Mojosari. Describing a rural credit bank in the Mojokerto area which carries out fund raising activities in the form of daily savings and time deposits as well as channeling funds in the form of credit in the agricultural sector, industry sector, service sector and trade sector. In determining the marketing mix of the BPR Bank Arta Swasembada, Mojosari Branch has different products from other banks, and the interest rate determined by the bank, to attract the interest of the number of bank customers to do personal selling promotions in order to increase the number of customers the personal selling process is done by the bank at the time of repaying services to its customers in the form of ball pick-up. The most important bank services are being friendly and communicating well to customers and providing useful information for the bank's customers.

Keywords: marketing strategy, savings, people's credit bank

Pendahuluan

Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia yang semakin hari semakin meningkat diikuti oleh kebutuhan yang semakin besar baik secara individu maupun kelompok membuat lembaga – lembaga perekonomian berlomba – lomba mengelola dan mengerakkan semua potensi ekonomi agar berdaya guna secara optimal. Dalam persaingan dunia bisnis terutama dalam lembaga keuangan perlu adanya pengawasan guna mempermudah terjadinya transaksi antara pihak lembaga dan masyarakatnya Lembaga keuangan tersebut salah satunya yaitu perbankan dimana bank yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan tabungan, simpanan deposito dan giro,

selain itu juga menyalurkan dananya berbentuk kredit atau pinjaman kepada masyarakat bisa berbentuk kredit modal kerja, kredit investasi, kredit kendaraan bermotor selain fungsi bank yang menyalurkan dana dan menghimpun dana disini juga ada jasa bank yang diberikan kepada masyarakat berbentuk transfer, kliring *internet banking*, dan lain sebagainya sehingga disini membuat banyak daya Tarik masyarakat untuk menyalurkan dananya di bank.

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan perbankan. Pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan – kegiatan usaha dari produsen kepada konsumen. pemasaran adalah kegiatan

manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran bank juga merupakan pemikiran yang berorientasi kepada nasabah, sehingga melalui pelayanan dari bank, kebutuhan dan keinginan nasabah dapat dipenuhi. Penyediaan keinginan dan terhadap produk bank ini harus dilakukan melalui perencanaan yang matang. Sehubungan dengan itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto dalam menyelesaikan penelitian Tugas Akhir yang sedang penulis laksanakan mengenai “strategi pemasaran tabungan harian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto”.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dalam penelitian Tugas akhir, dengan ini dapat di simpulkan dengan rumusan masalah penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto Tabungan Harian ?
2. Bagaimana Keunggulan Produk tabungan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto apabila dibandingkan dengan produk tabungan bank yang lain untuk dapat bersaing di pasaran?
3. Bagaimana fasilitas yang mendukung produk tabungan PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto agar nasabah memilih produk tersebut dibandingkan dengan tabungan yang lain?
4. Bagaimana hambatan dan kendala dalam merealisasikan strategi pemasaran yang dihadapi oleh PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto pada produk tabungan harian?

5. Bagaimana solusi dari hambatan dan kendala yang dihadapi PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojokerto dalam merealisasikan strategi pemasaran pada produk tabungan harian ?

Landasan Teori

Pengertian Perbankan

Perbankan adalah suatu lembaga keuangan yang berkaitan dengan perhimpunan dana dari masyarakat berupa simpanan tabungan, giro, dan deposito. Selain itu bank juga menyalurkan dananya dari bentuk kredit sesuai dengan keinginan masyarakat. Seperti kredit investasi, kredit konsumtif, kredit kepemilikan rumah dan kredit yang lainnya. Selain itu, bank juga memberikan balas jasa berupa transfer, kliring, mobile banking, inkaso dan juga *internet banking*.

Fungsi Bank

Bank juga mempunyai fungsi lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkan dana serta memberikan jasa – jasa perbankan kepada nasabahnya. Menurut (Konch:2012) yang menyatakan dimana fungsi bank sebagai lembaga intermediasi yang memfasilitasi pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam penyaluran kredit yang mempunyai peran penting bagi pergerakan roda perekonomian secara keseluruhan. Sedangkan menurut pendapat (Rahmadhani dan Mawardi : 2011) yaitu secara umum fungsi bank adalah menghimpun dana pada masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai macam tujuan atau sebagai financial intermediary.

Macam – Macam Bank.

Bank – bank di Indonesia pada saat itu jumlahnya begitu banyak. Jumlah bank yang banyak pasti tentunya mempunyai perbedaan antara bank yang satu dengan bank yang lain, macam – macam bank dapat kita ketahui antara lain :

1. Dilihat Dari Segi Fungsinya.

Menurut Undang – Undang Perbankan Nomor. 10 tahun 1998 maka, macam – macam perbankan ada dua yaitu :

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa pelayanan dalam lalu lintas pembayaran. Aktifitas usaha yang dapat dilakukan oleh bank umum (Santoso dan Triandaru, 2006 84 – 86) adalah sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan deposito, tabungan dan giro.
2. Memberikan kredit.
3. Menerbitkan surat pengakuan utang.
4. Membeli, menjual atau menjamin atas resiko sendiri ataupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabah.
5. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun kepentingan nasabah.

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menurut Undang – Undang Nomor. 10 Tahun 1998 adalah sebagai berikut bank yang melakukan kegiatan usahanya secara konvensional serta berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan kegiatannya tidak memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran. Aktifitas usaha yang dapat dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat (Santoso dan Triandaru ,2006 : 84 – 86) adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana pada masyarakat berupa simpanan tabungan dan deposito serta yang tidak dipersamakan yaitu tidak boleh menggunakan giro.
2. Menyediakan kredit.
3. Menyediakan penyediaan dana dan pembayaran berdasarkan prinsip konvensional dan syariah dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh bank Indonesia.

yang melarangkan bagi bank BPR antara lain sebagai berikut:

1. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
2. Melakukan penyertaan modal.
3. Melakukan kegiatan dalam valas.

Produk – Produk Perbankan.

Menurut ikatan Bankir Indonesia (2014:83) menyatakan bahwa pada umumnya memberikan layanan berupa produk dan jasa kepada para nasabahnya menjadi 2 kategori produk sebagai berikut :

1. Simpanan giro

Giro adalah simpanan dana pihak ketiga, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing (valas), yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek / bilyet giro, sara perintah pembayaran lainnya, sesuai dengan ketentuan dan syarat – syarat yang di tentukan oleh bank.

2. Simpanan Tabungan

Merupakan simpanan pada bank yang penarikan sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi atau kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) lengkap dengan nomor pribadi (PIN), kepada pemegang rekening tabungan akan diberikan bunga tabungan yang merupakan jasa atas tabungannya.

3. Simpanan Deposito

Deposito adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara deposan dan bank (syarat – syarat tertentu).

4. Kredit

Kredit merupakan suatu sarana atau produk yang ditawarkan bank kepada nasabah sebagai debitur, beberapa contoh kredit yang diberikan bank antara lain :

a. Kredit investasi

Yaitu merupakan kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan

investasi atau penanaman modal biasanya kredit ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang yaitu diatas satu tahun.

- b. Kredit modal kerja
Merupakan kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit ini berjangka waktu pendek yaitu tidak lebih dari satu tahun dll.

Strategi Pemasaran.

Menurut Kotler dikutip oleh Purwanto (2008: 151) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah dalam mendesain program strategi pemasaran, suatu hal yang penting adalah yang perlu dilakukan oleh manajemen pemasaran yaitu penerapan *segmentation, positioning, targeting*. Pada konsep ini saling terkait satu sama lain, dan secara garis besar langkah – langkah penerapan tersebut selalu terlihat.

Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini bank menawarkan produknya kepada nasabah baik langsung maupun tidak langsung.

Salah satu tujuan promosi menurut Kasmir (2018:151) adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik para nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi meningkatkan nasabah akan produk promosi juga ikut memengaruhi penting karena mempengaruhi nasabah untuk membelikan pada akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dalam praktiknya promosi terdapat empat macam cara yang dapat dilakukan oleh bank antara lain yaitu:

1. Promosi melalui iklan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar, dalam radio dan televisi maupun media sosial.
2. Promosi penjualan merupakan promosi yang menggunakan untuk meningkatkan penjualan melalui

potongan harga atau hadiah terhadap barang – barang tertentu.

3. Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan calon nasabah melalui sponsorship dari suatu kegiatan sosial atau olahraga.
4. Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi – pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah. Kasmir (2018: 155 – 161).

Tabungan.

Pengertian Tabungan

Menurut Ikatan Banker (2014:91) Tabungan merupakan simpanan pada bank yang penarikan sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi atau kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) lengkap dengan nomor pribadi (PIN), kepada pemegang rekening tabungan akan diberikan bunga tabungan yang merupakan jasa atas tabungannya. Sama seperti halnya dengan rekening giro, besarnya bunga tabungan tergantung pada bank yang bersangkutan. Dari praktiknya bunga tabungan lebih besar daripada bunga giro, ATM. Selain itu juga manfaat yang diperoleh nasabah dengan menabung di bank antara lain:

1. Aman, karena uang disimpan dengan aman di bank, tidak mudah dicuri maupun tercecer.
2. Terjamin, karena tabungan dijamin oleh lembaga Pinjaman Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Praktis, karena terdapat kemudahan layanan perbankan elektronik 24 jam per hari antara lain ATM, SMS Banking, Mobile Banking, Internet banking, Phone Banking dan Call Center.

Sarana Penarikan Tabungan.

Dalam melakukan penarikan pada rekening tabungan, maka bank memberikan beberapa sarana untuk penarikan buku tabungan itu sendiri antara lain yaitu :

1. Buku Tabungan.
Buku tabungan adalah salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung disutu bank. Setiap nasabah tabungan akan diberikan buku tabungan dalam buku tabungan akan diperoleh informasi tentang saldo tabungan itu sendiri.
2. Penarikan slip.
Slip penarikan merupakan form fomulir yang sudah disediakan oleh bank untuk kepentingan nasabah yang melakukan penarikan.
3. ATM
Merupakan sejenis kartu plastic yang berfungsi dapat digunakan untuk penarikan dana tunai dari rekening tabungan melalui mesin ATM.
4. Sarana Lainnya
Yang disini sarana lainnya berupa fasilitas yang mempermudah dalam transaksi keuangan nasabah kayak misalnya pada *internet banking*. Sarana lain yang disediakan bank misalnya juga formulir transfer.

Data Dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini yang bertujuan untuk mendapatkan data dan mengelolanya berdasarkan fakta dan kondisi yang ada. Metode pengumpulan data yang dipakai penulis antara lain yaitu:

1. Wawancara.
Pada penelitian ini penulis menggunakan metode atau data wawancara dimana wawancara tersebut dilakukan oleh penulis pada petugas tabungan harian yang terkait ataupun dengan bagian marketing guna mendapatkan kondisi sebenarnya tentang strategi pemasaran tabungan di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari.
2. Observasi.

Pada metode observasi penulis pengumpulkan data dengan persoalan yang diteliti dilapangan, dan selain itu data juga diperoleh dengan penelitian sebelumnya.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisi data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu dengan teknik deskriptif. Dimana penulis menggambarkan dan mendeskripsikan data yang diperoleh sebelumnya saat pengumpulan data.

Profil Usaha Produk Tabungan

Tabungan

Produk simpanan perorangan dengan persyaratan yang sangat mudah dan ringan serta dilengkapi dengan berbagai kelebihan seperti :

1. Tabungan hanya diperuntuhkan bagi penabung perorangan / perusahaan.
2. Sebagai bukti kepemilikan tabungan bank penyelenggara akan menerbitkan buku tabungan atas nama penabung.
3. Apabila terdapat perbedaan saldo, Antara buku tabungan dengan saldo yang tercatat pada pembukuan Bank, maka yang dipergunakan sebagai pedoman adalah saldo yang tercatat pada pembukuan Bank.
4. Penabung baru wajib mengisi formulir pembukaan rekening dalam hubungannya dengan program anti pencucian uang (APU) dan pencegahan pendanaan terorisme (PPT) dengan memberikan contoh tanda tangan (Speciment), serta menyerahkan foto copy identitas (KTP,SIM,Lainnya) yang masih berlaku secara syarat – syarat yang lain.

Penyetoran dan Pengambilan Tabungan.

1. Setoran awal kurang – kurangnya sebesar Rp 10.000 dan setoran selanjutnya sekurang – kurangnya sebesar Rp 5.000
2. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan tiap hari kerja selama kas buka.
3. Saldo tabungan yang harus disisihkan di Bank setiap kali dilakukan pengambilan sekurang – kurangnya Rp 25.000
2. Penutupan tabungan akan dikenakan biaya administrasi penutupan yang besarnya sesuai dengan ketentuan bank pada saat penutupan tabungan.
3. Penabung bersedia dan wajib menyerahkan buku tabungan pada bank.

Pembahasan Hasil Penelitian.

;

Bunga Tabungan

1. Setiap bulan saldo tabungan akan diberikan bunga yang dihitung berdasarkan saldo harian. Bunga yang diperoleh pemilik tabungan akan dikenakan pajak penghasilan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bunga diperhitungkan atau dibayarkan setiap bulan dengan cara ditambhukukan pada kaertu rekening tabungan Bank dan buku tabungan penabung.
3. Suku bunga tabungan di tentukan oleh Bank dan dapat berubah sewaktu – waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu pada penabung.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Buku Tabungan Harian Bank Arta Swasembada Mojosari

Strategi Pemasaran Tabungan Harian.

Dalam pemasaran produknya PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari. Maka dari itu bank berusaha memuaskan nasabahnya, agar tidak berpaling pada pesaing. Didalam Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari juga memiliki strategi pemasaran guna untuk memasarkan produknya khususnya tabungan di pasaran, strategi pemasaran yang dilakukan bank antara lain yaitu :

1. *Internal Marketing*

Merupakan garis yang menghubungkan antara *employee* dan bank, dalam pemasaran produknya bank tidak boleh melupakan para karyawannya. Dalam hal pemasaran agar berjalan dengan mulus sesuai dengan harapan kita, maka dari itu karyawan kan diberi sosialisasi dan

Ketentuan penabung pasif.

1. Penabung pasif adalah semua penabung yang selama 6 (enam) bulan berturut – turut tidak ada mutasi penyetoran maupun pengambilan.
2. Untuk penabung pasif Bank tidak wajib menerbitkan surat pemberitahuan secara tertulis dan secara otomatis dikenakan biaya administrasi Rp 25.000 perbulan sampai adanya mutasi

Penutupan

1. Penabung mengisi formulir permohonan penutupan tabungan dan menandatangani formulir permohonan penutupan rekening tabungan yang dimaksud.

pemahaman mengenai produk apa saja yang dapat dipasarkan kepada nasabah.

Penerapan Strategi Internal Marketing pada Bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari

Pada bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari pada hal ini menerapkan kegiatan *training* pada karyawan baru atau karyawan lama di Bank BPR Arta Swasembada baik dalam pelatihan internal maupun mengikuti pelatihan eksternal guna untuk menambah pengetahuan para karyawan terkait produk maupun jasa bank yang dimilikinya, Selain itu juga dapat menambah kinerja. Training yang dapat dilakukan oleh bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari ini yaitu *Training* untuk orientasi perusahaan *training* ini diberikan pada para karyawan baru dengan tujuan memperkenalkan perusahaan secara keseluruhan biasanya meliputi:

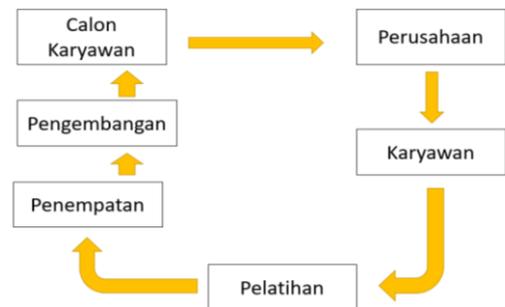
1. Penjelasan mengenai misi dan visi bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari
2. Budaya dan lingkungan perusahaan
3. Struktur organisasi besar
4. Kebijakan – kebijakan perusahaan

Kelebihan diadakan training adalah para karyawan akan paham dengan produk yang telah disalurkan pada nasabah melalui pelatihan training, karyawan baru yang dilatih diharapkan memiliki kemampuan skill tentang tugas yang diberikan oleh perusahaan, para karyawan lebih fleksibel dalam mekanisme penggunaan alat baru dengan adanya pengembangan karyawan lama.

Kelemahan dilakukan pelatihan ketidakcocokan penjelasan suatu produk antara karyawan yang satu dengan yang lain sehingga mengakibatkan kesalahpahaman antara karyawan dengan nasabah,

biaya pelatihan tergolong sangat mahal.

Mekanisme Training pada Bank BPR Arta Swasembada Mojosari.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari, diolah

Mekanisme Training pada karyawan BPR Arta Swasembada Mojosari

1. Calon karyawan baru akan melamar pekerjaan perusahaan dan perusahaan akan melakukan pemilihan calon karyawan yang cocok dengan posisi yang dibutuhkan oleh perusahaan.
2. Perusahaan akan menentukan diterima atau tidaknya karyawan baru tersebut dan diarahkan ke bagian yang dibutuhkan oleh perusahaan
3. Karyawan akan mengikuti pelatihan baik itu pelatihan mengenai *job des* yang diberikan ataupun pelatihan pengembangan terhadap karyawan lama.
4. Setelah mengikuti pelatihan karyawan akan ditempatkan keposisi yang tepat sesuai dengan keahlian karyawan tersebut.
5. Setelah penempatan kerja karyawan yang mempunyai skill yang bagus maka perusahaan akan melakukan pengembangan agar menguasai alat – alat baru yang akan di munculkan perusahaan baik dilakukan pengembangan internal maupun eksternal.
6. Diharapkan semua karyawan yang mempunyai skill mengikuti

pengembangan yang dilakukan perusahaan agar perusahaan tidak kalah dengan perusahaan yang lain.

2. Eksternal Marketing.

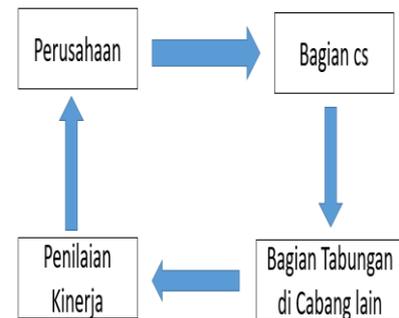
Merupakan garis yang menghubungkan antara nasabah dengan bank, yaitu didalam bank hubungan langsung nasabah dengan bank ini bisa melalui petugas bank *front Office* atau *customer service*.

Penerapan strategi eksternal marketing pada bank BPR Arta Swasembada Mojosari

Pada penerapan strategi *eksternal marketing* dilakukan Bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari dengan cara mengandalkan garda depan bank yaitu bagian *front office* guna untuk melayani nasabah bank baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Meliputi bagian cs, teller, ao dan juga tabungan guna untuk mengali informasi mengenai suatu produk yang akan disalurkan oleh pihak perbankan. Selain itu juga pihak bank melakukan rotasi kerja terhadap para karyawan bank hal ini dilakukan bank dengan tujuan agar para karyawan mendapat kesempatan untuk mengembangkan pengalaman serta ketrampilan baru, dan juga untuk mengurangi rasa bosan terhadap para karyawan dengan pekerjaan yang sama. Rotasi ini dilakukan Bank BPR Arta Swasembada ke cabang – cabang lain sampai ke kantor kas bank. **Kelebihan** perusahaan mengadakan rotasi yaitu mendapatkan pengetahuan yang lebih tentang perusahaan baik dalam memahami produk dan juga mengenai job yang diberikan perusahaan, karyawan yang awalnya ditempatkan diposisi A kemudian dirotasi ke posisi B akan menambah pengetahuan tentang kinerja atau softskill pada pekerjaan terkait. **Kelemahan** dari rotasi kerja adalah ketidak siapan antara karyawan satu dengan karyawan lain yang

ditempatkan diposisi yang berbeda sehingga mengakibatkan kesalahan pemahaman tentang informasi mengenai produk yang diberikan pada pihak nasabah sehingga produk yang disampaikan bisa saja tidak pas dengan keadaan sebenarnya. **Kelebihan** pelayanan pada *Front Office* mampu menjelaskan suatu produk dengan jelas kepada nasabah sehingga kemungkinan untuk menghandel para nasabah baru untuk menarik minat semakin bisa. **Kelemahan** pada pelayanan *Front Office* terbatas karena antrian yang banyak, kurangnya pemahaman nasabah terhadap penjelasan para petugas bagian *front office*.

Mekanisme dilakukan rotasi kerja



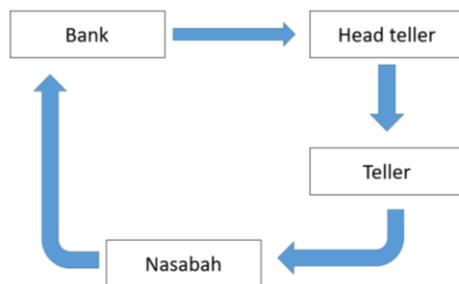
Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari, diolah

Mekanisme Rotasi Kerja Bank BPR Arta Swasembada Mojosari

1. Perusahaan akan menentukan bagian mana yang perlu untuk dirotasi kerja ke bagian yang lainnya guna untuk menambah wawasan karyawan mengenai penyaluran produk perbankan.
2. Bagian yang dipilih perusahaan akan dirotasi ke cabang yang lainnya guna karyawan tersebut agar tidak bosan pada posisi yang di duduki.
3. Setelah melakukan rotasi perusahaan akan menentukan karyawan tersebut cocok dan paham dibagian yang mana. Untuk

menjalankan operasional bank agar berjalan dengan lancar. Evaluasinya bisa dilakukan pada saat penilaiannya kinerja baik dalam pelayanan terhadap nasabah dan kecepatan tugas yang diberikan oleh bank kepada karyawannya.

Mekanisme pelayanan *front office*



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Mekanisme Pelayanan Front Office BPR Arta Swasembada Mojosari

1. Perusahaan memberikan masukan atas jasa serta produknya pada karyawan lama maupun karyawan baru yang bertujuan agar operasionalnya berjalan dengan lancar.
2. Head teller sebagai pendamping dari teller bank dan juga sebagai pengawas tentang jalannya operasional bank dibagian teller yang bertanggung jawab saat pengembalian uang dan juga pengambilan uang didalam cash box
3. Teller melayani segala mutasi harian yang dilakukan oleh nasabah serta melakukan berbagai promosi atas brosur yang ada di meja teller.
4. Nasabah akan mengukur kepuasan atas pelayanan yang ada di bank tersebut melalui keramahan petugas, dan juga kejelasan isi produk yang disampaikan.

3. *Interactive Marketing*.

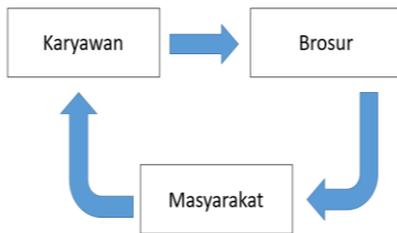
Merupakan garis yang menghubungkan antara employee dan nasabah. Employee atau para karyawan harus memahami produk yang dipasarkan kepada nasabah, gunanya untuk membantu program pemasaran.

Penerapan strategi *Interactive Marketing* pada bank BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari

Pada penerapannya pihak bank disini memanfaatkan bagian tabungan untuk mengiklankan produk tabungan harian dalam bentuk *personal selling* tebar brosur yang dilakukan pada saat jemput bola tabungan. Disini tebar brosur meliputi kawasan disekitaran mojosari dan juga kantor kas daerah pacet. Hal tersebut dilakukan bank agar produknya lebih dikenal oleh masarakat dan tentunya manfaat dari hal tersebut adalah untuk menambah karyawan tabungan.

Kelebihan dari promosi menyebar brosur adalah informasi yang didapatkan nasabah lebih jelas karena didukung dengan tulisan brosur yang ada dan juga penjelasan karyawan bank, **Kelemahan** dari *personal selling* penyebaran brosur adalah terkadang para karyawan kurang memahami isi dari brosur tersebut karena isi brosur sangat singkat dan apabila nasabah minta penjelasan dari brosur untuk informasi yang diberikan petugas bank terkadang masih sedikit karena bisa saja para petugas bagian penyebar brosur kurang mengetahui tentang produk apa saja yang disalurkan pada Bank BPR Arta Swasembada cabang Mojosari atau bahkan hanya menyebar saja tanpa penjelasan informasi mengenai brosur tersebut

Mekanisme Penyebaran Brosur.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Mekanisme Penyebaran Brosur BPR Arta Swasembada Mojosari

1. Karyawan yang bertugas jemput bola tabungan sekaligus menyiapkan brosur untuk melakukan penyebaran brosur dikawasan mojosari dan juga kantor kas pacet.
2. Brosur yang dibawah karyawan akan diberikan kepada masyarakat pada saat menyebar brosur dan memberikan penjelasan tentang brosur tersebut
3. Masyarakat yang mulai tertarik dengan adanya produk tersebut akan melakukan pengalihan informasi lebih lanjut kepada para karyawan yang melakukan promosi *personal selling* tersebut.

Segmentasi Pasar

1. Segmentasi Pasar Berdasarkan Geografik.
Segmentasi ini yaitu membagi pasar berdasarkan wilayah tertentu. Dalam hal ini praktiknya pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari fokus diwilayah Mojosari dan Kabupaten Mojokerto didaerah Pacet. Didaerah Mojosari antara lain yaitu diwilayah pasar legi, pasar buah, pungging, pasar raya mojosari, pasar pon mojosari. Sedangkan didaerah Pacet yaitu desa sajen, pasar pacet.
2. Segmentasi Pasar Berdasarkan Psikografik
Segmentasi ini yaitu membagi pasar berdasarkan prinsip – prinsip, kelas

sosial, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian yang lainnya. Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari dalam pemasaran produk tabungan harian mematok usia nabung minimal 17 tahun, dan memfokuskan pada kalangan kelas sosial menengah kebawah

Segmentasi Pasar Berdasarkan Perilaku

Segmentasi ini disusun berdasarkan kebiasaan masyarakat dan tingkah laku masyarakat. Dalam pembuatan tabungan harian Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari ini sudah memiliki tujuan bahwasanya tabungan ini diperuntukkan untuk kalangan menengah kebawah dan tidak membebani penabung dalam setoran awal minimal hanya RP.10.000 rupiah bisa menabung di Bank Perkreditan Arta Swasembada Cabang Mojosari ini.

Kegiatan Promosi Yang Sudah Dilakukan Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari merupakan sebagai bentuk pemasaran atau promosi. Kepada seluruh nasabah atau masyarakat agar selalu mengenal produk tabungan harian Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Antara lain dengan melakukan promosi *personal selling* yang dilakukan pada saat melakukan jemput bola dalam hal tabungan harian kedaerah sasaran pemasaran didaerah sekitar mojosari. selain itu juga menggunakan brosur serta pemagangan guna untuk mencari nasabah lebih.

Pembukaan tabungan yang dilakukan bisa melalui petugas secara langsung pada saat para petugas tersebut melakukan jemput bola, dan magang

singkat mengenai perbankan. Berikut promosi yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari :

Promosi Menggunakan Brosur.

Deskripsi Kegiatan Pemasaran

Dalam kegiatan ini sebagai bentuk promosi tidak langsung, dengan melalui brosur. Pembuatan brosur tersebut dominan dibuat guna untuk media promosi atau periklanan setiap hari. Pada kegiatan tersebut harapan terbesarnya yaitu dapat menginformasikan secara luas produk tabungan harian secara luas diseluruh masyarakat didaerah Mojosari dan daerah Mojokerto agar produk tabungan harian ini dikenal sehingga masyarakat bisa membeli produk tabungan harian tersebut.

Mekanisme Kegiatan



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Promosi menggunakan Brosur

Keterangan Mekanisme Kegiatan

1. Petugas bank bagian customer service atau bagian tabungan harian Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari menyiapkan brosur pada meja kerjanya sebagai media promosi dalam hal ini difokuskan pada brosur tabungan harian.
2. Brosur yang disediakan dipromosikan kepada nasabah yang mengunjungi bank sebagai bentuk

promosi dan pihak bank, wajib menjelaskan informasi mengenai produk tabungan harian tersebut secara rinci dan jelas agar nasabah terpikat dengan tabungan harian tersebut.

3. Apabila nasabah tertarik dengan promosi tersebut, maka nasabah akan mengunjungi bank dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak bank.
4. Nasabah akan melakukan pembukaan rekening tabungan harian pada Bank perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Serta melengkapi persyaratan yang telah ada di petugas bagian tabungan.

Sasaran pada Kegiatan ini

Sasaran ini ditujukan pada masyarakat umum, nasabah yang sudah mengenal perbankan ataupun nasabah yang belum tersentuh oleh perbankan dikawasan daerah disekitaran Mojosari dan Pacet.

Promosi Secara *Personal Selling*.

Kegiatan ini dilakukan guna untuk menarik minat para anggota nasabah baru untuk meningkatkan nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Dan kegiatan ini dilakukan pada saat petugas bank melakukan jemput bola tabungan harian di kawasan nasabah bank tersebut berada. Dengan kegiatan tersebut bank bisa secara langsung memasarkan produknya dikawasan yang belum pernah dibuat promosi oleh bank pesaing maka dari itu bank tersebut ingin mendahului pasar agar nasabah atau masyarakat lebih mengerti tentang produk bank tersebut.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Periklanan *Personal selling* atas jemput bola tabungan harian

Mekanisme Kegiatan.

1. Petugas bank bagian tabungan harian atau customer service, melakukan penjelasan maksud dari brosur tersebut kepada nasabah. Ketika petugas bank tersebut melakukan jemput bola terhadap tabungan harian ke tempat nasabah berada.
2. Nasabah baru yang tertarik dengan penjelasan produk tabungan harian oleh petugas. Akan bisa secara langsung membuka tabungan harian tersebut melalui petugas sesuai dengan prosedur dan persyaratan yang telah ada.
3. Petugas bank mengelola data nasabah serta menyiapkan tabungan baru bagi nasabah baru di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Sasaran Kegiatan Ini

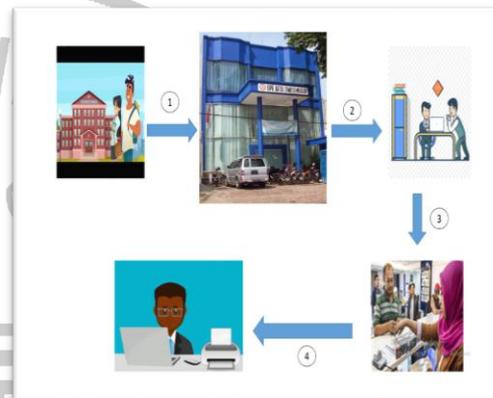
Sasaran dari kegiatan ini tidak lah hanya dalam lingkup mojosari saja melainkan daerah perbatasan Mojosari Mojokerto dimana pun petugas tersebut melakukan jemput bola tabungan dan mengenalkan tabungan harian ini pada pihak keluarga nasabah dan juga daerah yang ada di kawasan mojosari yang belum terjangkau oleh bank pesaing, guna untuk

meningkatkan nasabah Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari

Magang Mengenai Perbankan.

Deskripsi kegiatan pemasaran

Kegiatan ini merupakan suatu jalinan kerja sama antara pihak instansi pendidikan dengan bank dalam bentuk magang. Kegiatan tersebut sebagai edukasi sekaligus strategi pemasaran terhadap calon pelajar yang magang.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Promosi Magang Mengenai Perbankan

Mekanisme Kegiatan

- A. Pihak sekolah atau perwakilan mendatangi bank untuk menjalin kerjasama atas pelatihan kerja nyata atau magang. Mahasiswa atau siswa perwakilan dari instansi pendidikan tersebut datang sekalian membawa proposal yang diserahkan bank kemudian bank tersebut mengkonfirmasi berdasarkan surat balik apakah di setujui magang atau tidak.
- B. Setelah diterima oleh pihak bank, maka peserta magang harus datang awal untuk menerima arahan dari hrd terhadap sop dan peraturan dibank tersebut terkait pemagangan serta pembagian job.
- C. Pada kesempatan magang mahasiswa atau siswa di ajarkan sesuai dengan prosedur sop yang diterapkan sebelumnya mengenai penulisan beberapa slip pembukaan

tabungan, pemberkataan berkas, serta marketing.

- D. Setelah mengikuti magang tersebut akhirnya peserta magang memiliki tabungan harian dengan pembukaan rekening tidak hanya tabungan harian saja yang didapatkan tapi disini juga mendapatkan beberapa ilmu mengenai perhitungan bunga, penulisan slip tabungan, pemberkasaan tabungan.

Sasaran kegiatan

Sasaran kegiatan ini dilakukan bank terhadap beberapa instansi pendidikan guna untuk memperkenalkan produk bank khususnya tabungan harian guna untuk meningkatkan nasabah yang membuka rekening tabungan tersebut. Sasaran ini ditujukan pada

- A. Sekolah Menengah Atas Swasta/Negeri.
- B. Perguruan Tinggi Swasta / Negeri.

Keunggulan Produk Tabungan Harian Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

1. pada setoran awal untuk tabungan tidak membebani terlalu besar kepada nasabah khususnya pada tabungan ini untuk setoran awal tidak terlalu membebani pada calon nasabahnya sekurang kurangnya minimal RP. 5.000 dan untuk pengambilannya saldo harus sekurang kurangnya sekitar RP.25.000. Karena dengan menerapkan pembayaran seperti itu diharapkan tidak menjadi beban pada calon nasabah yang mau menabung dibank tersebut.

2. Bebas biaya administrasi.

Tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Tersebut bank, membebaskan para calon nasabah baru atas biaya administrasi pembukaan rekening baru. Pada

dasarnya bank tidak ingin membebani masyarakat karena pasar sasaran yang dituju semua orang dari kalangan kelas menengah kebawah agar semuanya bisa menabung di bank tersebut.

Fasilitas Yang Mendukung Produk Tabungan Harian Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada.

1. Buku Tabungan

Bank juga disini memberikan pada nasabahnya buku tabungan, atas nasabah yang membuka rekening tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada. Buku tabungan ini berfungsi sebagai penarikan dana nasabah dan menginformasikan saldo tabungan

2. Jemput Bola pada Tabungan Harian.

Untuk memanjakan nasabahnya bank juga disini mempunyai sistem jemput bola terhadap produk tabungan harian, dalam hal jemput bola ini nasabah sangat dipermudahkan atas penarikan dananya dan juga saat melakukan menabung.

Karena jemput bola disini yang dimaksud yaitu para petugas bank yang bersangkutan mendatangi nasabah bank dalam hal nasabah tersebut melakukan pengambilan dananya atau perihal untuk nasabah tersebut menabung pada bank tersebut.

Hambatan Serta Kendala Pada Saat Melakukan Strategi Pemasaran Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

1. belum adanya ATM
Pada produk tabungan harian Bank Perkreditan Rakyat Arta

Swasembada tidak adanya atm dan penarikannya hanya bisa dilakukan oleh buku tabungan itulah yang menjadi hambatan pemasaran dalam tabungan harian. Biasanya masyarakat menginginkan adanya ATM karena dengan teknologi tersebut uangnya bisa diambil sewaktu – waktu dengan melalui perantara mesin ATM nasabah bisa secara langsung mengambil uangnya

2. Kendala Promosi Brosur

Promosi dengan membagikan sebuah brosur merupakan promosi yang paling efektif dan efisien karena petugas hanya perlu menaruh brosur di meja kerjanya atau menyebarkan brosur secara tidak sadar masyarakat secara sendirinya membaca informasi tersebut.



Sumber : BPR Arta Swasembada Mojosari

Brosur Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari

Pada contoh gambar merupakan brosur yang dibagikan kepada nasabah desain dari brosur tersebut terbaru masih tetap menggunakan desain produk lama pada brosur tersebut terdapat kendala mengenai informasi yang ditulis bercampur Antara tabungan harian dengan kredit tapi brosur nya disini masih kental dengan produk kreditnya. Sehingga disini mengakibatkan pembaca prosur tersebut kurang memahami adanya produk tabungan harian pada Bank

Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

3. Kendala Kerjasama Magang Mengenai Perbankan.

Dalam kegiatan pemasaran melalui magang dengan cara melakukan kerjasama Antara instansi pendidikan dengan Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari terkadang membuat hambatan dan kendala Antara lain yaitu kurangnya kerjasama yang baik dari pihak bank dan instansi pendidikan. Konfirmasi terhadap kegiatan magang pun terkadang terlalu lama dan mendadak sehingga menyebabkan kehilangan kesempatan untuk berkerjasama dengan pihak instansi pendidikan tersebut.

Solusi Terhadap Hambatan Atau Kendala Dalam Melakukan Strategi Pemasaran Pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

1. Solusi Kendala Tidak Ada ATM

Disini solusi yang harus dilakukan Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari ini agar tidak terhambat dan kalah saing dengan bank yang lainnya yaitu dengan menggunakan jasa jemput bola atas tabungan harian atas semua aktifitas transaksi yang berkaitan dengan tabungan harian dengan menggunakan alat bantu yaitu berupa doku sehingga mempermudah para petugas dalam hal jemput bolanya dan transaksi tersebut bisa langsung dipantau masuk perusahaan secara langsung.

2. Solusi Kendala Promosi Brosur

Pada saat melakukan promosi para petugas bank tersebut tidak hanya menyedorkan

atau menaruh brosur begitu saja melainkan petugas juga menjelaskan secara detail tentang apa saja macam - macam produk di Bank Perkreditan Arta Swasembada Cabang Mojosari tersebut sehingga nasabah mengerti dan paham mengenai informasi produk tersebut begitu pula diperjelas lagi dengan rincian gambar di brosur tersebut. Dan mulai tahun depan ada pemisahan antara brosur buat tabungan dan brosur kredit agar disini mempercepat penyebaran brosur tersebut tanpa diperjelas dengan para petugas brosur tersebut bisa di pahami secara langsung oleh calon nasabah karena informasinya sudah lengkap.

3. Solusi Kendala Kerjasama Magang Mengenai Perbankan.

Kurangnya kerjasama antara pihak instansi dengan pihak perbankan itu sendiri sehingga menghambat kegiatan ini solusinya yaitu pihak bank menawarkan kembali dengan pihak instansi pendidikan untuk tetap berkerja sama dengan pihak bank atas pemagangan dan juga disini bisa pihak bank sekaligus bisa memberikan seminar terhadap pihak instansi. Konfirmasi terhadap pihak bank kepada pendidikan terlalu lama dan terkadang mendadak sehingga dapat mengakibatkan kesempatan magang di bank tersebut solusinya yaitu dengan mengkonfirmasi secara langsung kepada instansi pendidikan magang dapat dilakukan ke bulan ke berapa, ini juga dapat memberi kemudahan pada pihak instansi untuk menyiapkan perwakilan magang ke bank tersebut

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sebagaimana termpat mahasiswa mengadakan penelitian dan pengamatan beberapa data yang telah digunakan pada penyusunan tugas akhir. Serta telah dilakukan penelitian di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Ternyata bank tersebut mempunyai prduk yang unggul, salah satunya adalah produk tabungan harian. Produk tersebut merupakan produk tabungan perorangan dalam mata uang rupiah sebagai tabungan untuk masyarakat dan untuk tabungan ini dibatasi dengan usia minimal 17 tahun. Maka dari produk tersebut mahasiswa ingin melakukan pengamatan tentang strategi pemasaran yang dilakukan dn direalisasikan oleh Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Pada tanggal 03 April 2020 peneliti berhasil melakukan wawancara dengan petugas bagian tabungan harian atau bagian dana dan memawawancarai dengan kepala cabang Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Untuk menayakan sepintas hal tentang rumusan masalah tugas akhir ini sehingga keinginan peneliti untuk mencapai tujuan mengerti serta memahami strategi pemasaran di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sehingga jika dihubungkan pada Bab 1 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penulis memahami tentang penerapan strategi pemasaran yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari yaitu menggunakan strategi pemasaran Internal Marketing, Eksternal Marketing serta Interaktive Marketing. Penulis memahami tentang keunggulan dan fasilitas yang

diberikan Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari mengenai produk tabungan harian. Keunggulan dari produk harian tersebut mengenai setoran awal yang dibebankan pada nasabah tidak terlalu besar yaitu sekitar RP. 10.000 nasabah bisa langsung membuka rekening tabungan harian, bebas biaya admin pembukaan rekening, desain buku tabungan yang menarik. Serta juga dilengkapi dengan fasilitas yang diberikan bank terhadap tabungan harian ini antara lain yaitu buku tabungan serta jempot bola terhadap tabungan harian tersebut untuk mempermudah nasabah dalam hal menabung atau penarikan tunai dananya.

2. Penulis memahami tentang segmentasi pasar dan juga sasaran pasar yang dituju atas produk tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Disini menggunakan segmentasi pasar geografik, segmentasi pasar psikografik, serta segmentasi pasar berdasarkan perilaku dan juga pansa sasaran pasar yang bank tentukan antara lain di wilayah sekitaran bank mojosari dan juga wilayah kantor kas bank didaerah pacet mojosari. Dengan sasaran nasabah yang tidak dibatasi usia minimal 17 tahun.
3. Dalam kendala – kendala atau hambatan yang ada memang sudah diupayakan oleh pihak bank. Beberapa kendala yang muncul dalam pemasaran yaitu tidak adanya ATM sebagai pendukung dan mempermudah nasabah untuk mengambil dananya. Brosur yang terdapat lebih menjelaskan ke produk kredit dan tidak ada informasi dengan jelas antara produk tabungan harian, deposito serta brosur lebih menginformasikan secara detail mengenai produk kredit, pihak bank kurang kerjasama dengan pihak instansi pendidikan mengenai

pemagangan di bank tersebut. Sehingga disini untuk solusinya yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada cabang mojosari yaitu dengan menggunakan jempot bola agar nasabah tidak kesulitan pada saat menabung atau menarik dananya, dengan melakukan pemisahan antara Brosur kredit dan tabungan harian agar informasinya jelas, lebih kerjasama sal pemagangan ke instansi pendidikan.

Saran Dan Implikasi Penelitian

Saran

Saran ini ditunjukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik kedepannya. Oleh karena itu disarankan :

1. Apabila melakukan penelitian pada BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari maka mohon diperbanyak mencari sumber data dan informasi terkait penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan penelitian yang lebih akurat.
2. Apabila nantinya peneliti melakukan penelitian dengan judul yang sama maka hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan lebih ditingkatkan untuk menjadi lebih baik lagi.

Implikasi Penelitian

Dalam melakukan proses pemasaran produk tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari sudah berjalan dengan sebaik mungkin. Meskipun persaingan antar bank saat ini makin ketat. Dengan demikian setelah melakukan penelitian berdasarkan data – data yang diberikan oleh pihak bank kepada peneliti mengenai “ strategi pemasaran tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari” ini penulis memiliki saran yang sekiranya dapat membantu

pihak bank terkait dengan masalah atau kendala yang dialami. Khususnya pemasaran pada produk tabungan harian ini:

1. Kendala pemasaran melalui Iklan sebaiknya bank disini tidak menggunakan promosi melalui brosur saja tetapi menggunakan promosi dengan media sosial seperti instgram, fecebook, dan aplikasi lainnya supaya mendobrak para kalangan mudah agar lebih tau lagi terhadap produk apasaja yang ada di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sehingga disini bisa memperbanyak minat nasabah yang nabung pada tabungan harian tersebut di bank.
2. Kendala tidak adanya ATM. Sebaiknya bank menggunakan dan memberikan fasilitas ATM. Jadi disini bank sebaiknya berkordinasi dengan bank lain maksudnya adalah membuat kartu atm bersama sehingga bisa ditarik dimesin atm bank yang lainnya.
3. Kendala kerjasama dalam pemagangan Sebaiknya pihak bank melakukan pengelistan data pihak sekolah mana yang mau menjalin kerjasama atas pemagangan tersebut sehingga dengan demikian pihak bank mempermudah untuk menjalin kerjasama dalam pemagangan serta pihak bank bersosialisasi ke sekolah.
4. Sebaiknya dalam hal penarikan minat para nasabah baru. Pihak bank melakukan pemberian soverir ketika pembukaan rekening tabungan harian atau pembukaan deposito berjanka guna untuk meningkatkan minat nasabah agar mau menabung agar mau memakai produk bank tersebut. Salah satunya yaitu souvenir nya bisa berupa bolpoin, note, ataupun jam dinding yang berlambangkan bank tersebut. Agar para nasabah minat untuk menggunakan produk bank tersebut.

Daftar Pustaka

Rahayu, P. G., & Tanjung, M. S. B. (2019). Strategi Pemasaran Tabungan

Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Rangking Aur.

Amelia, L., & Dona, E. (2020). Aktifitas Pemasaran Produk PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Negeri Padang.

Haqiqi, F., & Fadli, K. (2020). Analisis Pengaruh Likuiditas Dan Pemberian Kredit Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank BPR Mega Mas Lestari Tahun 2016 – 2018 Kabupaten Karimun. *Jurnal careformia, I* (1), 73 – 83.

Widayati, R., & Mendari, W. E. (2019). Upaya Penanganan Kredit Bermasalah Pada Bank Negeri Cabang Utama Cabang.

Aziz, A., Istan, M., & Hendrianto, H. (2019). Analisis strategi pemasaran produk E – Commerce Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Curup (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup)

Munadi, F. A., & Gunardarma, U. (2008). Analisis Strategi pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *Journal of Economics*, 1 – 14

Herawati, H. (2019). Penerapan Prinsip 5c Dalam Penerapan Murabahah Bagi Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri Kcp. Bantul

Wibowo, D. H., & Arfin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Dieng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59 – 66

Faturohman Maman, Purwanto, S, K, Nugroho Arisetyanto Suharyadi. (2007) Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. Edisi kesatu. Jakarta: Salemba Empat.

Kasmir, S.E., M.M. (2018) Pemasaran Bank. Edisi kelima. Jakarta :

Kencana (divisi dari
Prenadamedia Group)
Drs, Ismail, MBA,Ak (2010). Akuntansi
Bank Teori Dan Aplikasi Dalam
Rupiah. Edisi kesatu. Jakarta :
Kencana (divisi dari
Prenadamedia Group)
Laporan tahunan Bank Perkreditan
Rakyat (BPR) Arta Swasembada
Cabang Mojosari (2018)

