

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktik Kerja

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Salah satunya perkembangan usaha perbankan di Indonesia yang semakin berkembang pesat dan cepat. Namun, dengan perkembangan usaha perbankan, setiap bank menjamin kepada setiap nasabah dengan memberikan keamanan dan kenyamanan. Karena operasional diatur khusus dengan peraturan ketentuan Bank Indonesia selaku otoritas moneter di dalam melaksanakan fungsi pengawasan, maka sistem operasional bank memiliki standarisasi yang dijalankan oleh semua bank di Indonesia.

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi pula dengan tumbuhnya minat masyarakat untuk mengetahui segala bentuk aktivitas perbankan, aspek berkembangnya dunia perbankan adalah beragamnya jumlah produk yang ditawarkan dengan teknologi yang modern, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk transaksi keuangan dan investasi dengan cepat dan tepat. Perbankan sudah dianggap suatu kebutuhan dan mitra dalam menjalankan bisnis.

Tabungan sebagai produk perbankan yang sudah dikenal dan diminati oleh masyarakat haruslah didukung dalam segi pemasaran agar masyarakat mengetahui dan tertarik akan keuntungan menabung serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya sehingga dapat memberikan suatu kepuasan bagi nasabah itu sendiri. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana strategi pemasaran tabungan ini yang kemudian dituangkan dalam bentuk tugas akhir dengan mengambil judul **”STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIGMA PADA PD. BPR ARTHA GALUNGGUNG TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan menjelaskan permasalahan yang menjadi bahan pembahasan dalam praktik kerja ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan sigma di PD.BPR Artha Galunggung Tasikmalaya.
2. Apa hambatan dan cara penyelesaian yang dilakukan oleh PD.BPR Artha Galunggung Tasikmalaya dalam melaksanakan pemasaran tabungan sigma.
3. Apa keunggulan dan Kelemahan dari produk tabungan sigma di PD.BPR Artha Galunggung.

1.3 Tujuan Praktik Kerja

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam praktik kerja ini adalah untuk mengetahui:

1. Strategi Pemasaran untuk meningkatkan produk tabungan sigma di PD.BPR Artha Galunggung Tasikmalaya.
2. Hambatan dan cara penyelesaiannya yang dilakukan oleh PD.BPR Artha Galunggung Tasikmalaya dalam melaksanakan pemasaran tabungan sigma.
3. Keunggulan dan Kelemahan produk tabungan sigma di PD.BPR Artha Galunggung Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Praktik Kerja

Hasil praktik kerja ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengetahuan serta memperdalam pemahaman materi yang telah dipelajari selama perkuliahan khususnya mengenai objek dalam penelitian ini.

2. Bagi Universitas Siliwangi

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta memberikan sumbangan pemikiran untuk dijadikan kepastakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi dalam

upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan kajian untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

3. Bagi PD. BPR Artha Galunggung

Sebagai bahan informasi untuk meningkatkan suatu pemasaran dan layanan jasa keuangan khususnya di bidang produk - produk tabungan.

1.5 Metode Praktik Kerja

Untuk mencapai sasaran yang penulis harapkan dalam praktik kerja ini, maka diperlukan suatu metode yang sesuai dengan masalah, dan perencanaan yang tepat. Metode yang digunakan penulis adalah:

a. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*) adalah interaksi atau pembicaraan yang terjadi antara satu orang pewawancara dengan satu orang informan (Asfi, 2017:72). Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada pegawai Kantor Pusat PD. BPR Artha Galunggung di bidang *Customer Service*, serta melakukan tanya jawab dengan pegawai lain yang telah berinteraksi dengan penulis, sehingga memperoleh informasi yang berkaitan dengan identifikasi masalah yang akan dibahas penulis.

b. Pengamatan Langsung (*Participant Obervation*)

Pengamatan Langsung adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono,

2013:145). Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Kantor Pusat PD. BPR Artha Galunggung tentang objek yang diteliti. Serta melakukan penelitian terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sigma sehingga memberikan gambaran yang sesungguhnya terhadap objek yang diteliti.

1.6 Lokasi dan Waktu Kegiatan Praktik Kerja

1.6.1 Lokasi kegiatan Praktik Kerja

Praktik kerja ini dilakukan pada PD. BPR Artha Galunggung Tasikmalaya yang beralamat di Jl. Siliwangi No.12 Tugujaya, Tasikmalaya.

1.6.2 Jadwal Kegiatan Praktik Kerja

Pelaksanaan Praktik kerja selama 30 hari kerja, dimulai dari tanggal 10 Febuari 2020 sampai dengan 20 Maret 2020.

