

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Pembangunan ekonomi diarahkan untuk mengembangkan kehidupan ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme ekonomi pasar yang seimbang dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi. Nilai-nilai keadilan terus diterapkan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja. Dalam hal ini setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam bidang bisnis. Perkembangan bisnis semakin meningkat dan kompleks sehingga menyebabkan timbulnya persaingan yang kuat seiring dengan perkembangan perekonomian nasional pada era globalisasi saat ini.

Sesuai dengan fungsinya dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat dan lebih memperhatikan pembiayaan kegiatan sektor perekonomian nasional dengan berprioritas kepada koperasi, pengusaha kecil dan menengah serta berbagai lapisan masyarakat tanpa diskriminasi sehingga akan memperkuat struktur perekonomian nasional. Sekarang ini dapat kita lihat semakin menjamurnya perusahaan-perusahaan perbankan yang siap memberikan berbagai kemudahan terhadap apa yang dibutuhkan konsumen.

Banyak sekali kebijaksanaan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya. Untuk perkembangan di masa yang akan datang semua kebijaksanaan itu diambil dan dilaksanakan untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat agar mau menjadi konsumennya. Tapi itu tidak mudah karena konsumen sekarang sangat kritis. Oleh karena itu, Kebijakan pemasaran jasa semakin penting bagi perusahaan. Kebijakan itu bisa dijadikan sebagai pedoman dan tuntunan manajerial perusahaan dalam membuat suatu keputusan.

Pemasaran jasa merupakan kegiatan perusahaan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran jasa telah menjadi pembahasan subjek yang sangat penting dalam kelangsungan usaha perusahaan, sejalan dengan semakin berkembangnya perekonomian. Kita telah mengetahui pemasaran jasa mempunyai peranan penting bagi suatu perusahaan, baik perusahaan perbankan maupun nonbank

Salah satu perusahaan yang ikut serta berperan dalam pelayanan jasa, perbankan tersebut adalah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang. Bank Perkreditan Rakyat ini beralokasi di Jl. Lintas Sumatera Pasar Usang Cupak no. 105 kecamatan Gunung Talang Kab, Solok

PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang selalu berusaha meningkatkan jumlah permintaan jasa dari para nasabahnya, agar tujuan perusahaan tercapai.

Salah satu kebijaksanaan dalam pemasaran adalah kebijaksanaan pemasaran jasa . Pemasaran jasa merupakan aktivitas utama yang sangat menentukan bagi suatu perusahaan dalam menetapkan serangkaian tindakan agar perbankan pada masa yang akan datang.

Untuk memenuhi permintaan terhadap nasabah, maka jasa perbankan yang memiliki kualitas terbaik ini telah menyediakan berbagai pelayanan jasa perbankan seperti jasa simpan pinjam dan perkreditan.

Penetapan harga yang diterapkan oleh manajemen PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang adalah dengan menetapkan tingkat suku bunga, penetapan tingkat suku bunga diterapkan berdasarkan rata-rata suku bunga perbankan nasional dan disesuaikan kemampuan bank, selain itu untuk membantu proses berjalannya kegiatan jasa perbankan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang, maka PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang membuka kantor operasional seperti cabang-cabang kas pembantu di tempat-tempat yang telah ditentukan.

Jadi apabila kegiatan pemasaran ini tidak dilakukan dengan baik dan tidak sesuai dengan harapan nasabah, maka setiap nasabah dapat dengan mudah pindah ke bank lain. Untuk menunjang kegiatan pemasaran, pemasaran yang baik harus di tunjang dengan teknik dan prosedur yang benar, sehingga fasilitas yang terdapat dalam bank tersebut dapat berfungsi dengan baik dan benar.

Berdasarkan hal diatas , mak penulis membahas lebih lanjut dalam usulan penyusunan yang berjudul “ **KEBIJAKAN PEMASARAN JASA PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) GUNUNG TALANG “**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada pemulihan judul dan informasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat di ambil suatu perumusan masalahan yaitu : bagaimanakah kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Talang untuk terus meningkatkan jumlah simpan pinjam?

1.3. Tujuan Magang

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin di capai dalam kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui dan memahami bentuk kebijaksanaan pemasaran apa yang telah dilakukan untuk meningkatkan jumlah simpan pinjam dan perkreditan nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Gunung Talang

1.4. Manfaat Magang

Dengan adanya program magang bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan di program Diploma III Ekonomi akan memberikan manfaat sebagai berikut:Bagi Penulis

- a. Penulis dapat menerapkan ilmu teori yang telah dipelajari selama penulis kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya,

kemudian penulis mendapatkan pengetahuan baru dibidang pemasaran dan promosi suatu bank.

- b. Bagi PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) gunung Talang Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam kemajuan bank.
- c. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan informasi kepada pembaca dalam menambah ilmu

1.5. Metode Pengumpulan Data

1.5.1 Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Metode observasi bisa dikatakan merupakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis.

Pada tahap awal metode observasi dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya penulis harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau

informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus menerus terjadi.

Terdapat dua jenis Metode Observasi: Pertama, observasi partisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara terlibat langsung dalam interaksi dengan objek penelitiannya. Dengan kata lain, peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti.

Kedua, observasi nonpartisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara tidak melibatkan dirinya dalam interaksi dengan objek penelitian.

1.5.2 Sistematika Penulisan

Pembahasan yang dilakukan. Dalam penulisan laporan ini terdiri dari 5 BAB sebagai berikut:

BAB Pertama :Pendahuluan , Merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat kegiatan magang, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB Kedua :Landasan Teori, Bab ini mengenai landasan teori yang meliputi pengertian dari pemasaran, kebijaksanaan pemasaran, Konsep pemasaran, pemasaran jasa, dan pengertian bank

BAB Ketiga : Gambaran Umum Perusahaan , Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) gunung Talang yang meliputi sejarah singkat PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) gunung Talang, struktur

organisasi dan ruang lingkup kegiatan. PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) gunung Talang

BAB Keempat : Merupakan uraian dari kebijaksanaan pemasaran, harga dan promosi yang diterapkan oleh PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Talang yakni: kebijaksanaan produk, kebijaksanaan harga, kebijaksanaan tempat, kebijaksanaan promosi, kebijaksanaan orang, kebijaksanaan proses, kebijaksanaan sarana fisikben dan serta permasalahan yang dihadapi.

BAB Kelima : Merupakan bab penutup yang memberikan suatu kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Gunung Talang



