

**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN  
SEMBADA PLUS PADA PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR**



**TUGAS AKHIR**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat guna Memperoleh Gelar Ahli  
Madya Ekonomi Jurusan Diploma III Keuangan dan Perbankan Universitas  
Sebelas Maret Surakarta

**DISUSUN OLEH :**

**DITA ARDITYANA**

**F3610036**

**PROGRAM DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2013**

*commit to user*

**ABSTRAK****PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN  
SEMBADA PLUS PADA PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR****DITA ARDITYANA****F3610036**

Perbankan merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi nasional. Peran itu diwujudkan dalam fungsi utamanya sebagai lembaga intermediasi. Selain fungsi utamanya sebagai penghimpun dana dan penyalur kredit, Bank juga seperti perusahaan lain yang berorientasi pada profit/ keuntungan. Bank biasanya memperoleh pendapatan yang berasal dari bunga, provisi kredit, pendapatan komisi, serta pendapatan lainnya sebagai akibat dari transaksi bank. Mengetahui strategi pemasaran bank yang didasarkan keunggulan produk tabungan dirasakan menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi pihak bank agar salah satunya produk Tabungan Semada Plus. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Objek penelitian yang dilakukan adalah PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR pada produk Tabungan Sembada Plus.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang diterapkan pada PD. BPR Bank Daerah karanganyar berupa bauran pemasaran. Variabel atau kegiatan yang dapat dikendalikan dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan secara efektif, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Jumlah nasabah tabungan sembada kurun waktu 2008-2012 terus mengalami penambahan. Komponen strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada tabungan sembada PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR telah merubah perilaku konsumen dalam membuat keputusan dan loyalitas untuk menabung di tabungan Sembada.

Sebagai saran, sebaiknya mengadakan sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat sehingga akan menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR. Selain itu PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR perlu memperhatikan keterpaduan setiap komponen strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4 variabel *Product, Price, Place* dan *Promotion*.

**Kata kunci: Sembada Plus, Bauran Pemasaran**

**ABSTRACT****THE APPLICATION OF MARKETING MIX IN IMPROVING THE  
NUMBER OF SEMBADA PLUS SAVING PRODUCT'S CUSTOMERS IN  
PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR**

**DITA ARDITYANA**  
**F3610036**

Banking is one of important sectors to the national economic development. This role is manifested in its main function as intermediation institution. In addition to its function as fund collector and loan distributor, Bank is just like other profit-oriented companies. Bank usually gets its income from interest, loan provision, commission, and others as the result of bank transaction. Recognizing the marketing strategy of bank based on the advantage of saving product is felt as a need that should be met by the bank; in this case Sembada Plus saving product. It aims to improve the number of customers. The object of research was Sembada Plus saving product of PD. BPR Bank Daerah Karanganyar.

The result of research showed that the strategy applied in PD. BPR Bank Daerah Karanganyar was marketing mix. The controllable variable or activity was combined and coordinated by the company effectively, in performing its marketing. The number of *sembada* saving's customers increased constantly in 2008-2012 period. The component of marketing mix strategy applied to Sembada Plus saving product of PD. BPR Bank Daerah Karanganyar had changed the consumer behavior in making decision and loyalty to save in Sembada saving.

The recommendation was that there should be socialization and approach to the society to generate the public's trust in PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. In addition, PD. BPR Bank Daerah Karanganyar should take into account the interrelatedness of marketing mix strategy components consisting of 4 variables: Product, Price, Place and Promotion.

**Keywords: Sembada Plus, Marketing Mix**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul “**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SEMBADA PLUS PADA PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR**”, yang ditulis oleh:

Nama : Dita Ardityana


NIM : F3610036

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna mencapai derajat Ahli Madya Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 3 Juni 2013

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



Yogi Pasca Pratama, SE.,ME

NIP. 198502102010121003

*commit to user*

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan dan Perbankan.

Nama : Dita Ardityana

NIM : F3610036

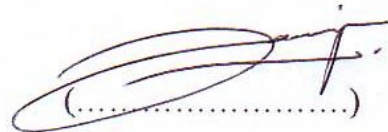
Judul Tugas Akhir : **“Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sembada Plus Pada PD. BPR BANK DAERAH KARANGANYAR”**

Surakarta, 28 Juni 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

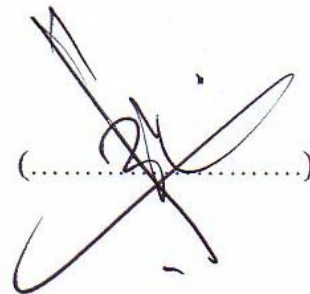
1. Yogi Pasca Pratama, SE.,ME

NIP. 19850210 201012 1 003



2. Drs. Supriyono, SE, M. Si

NIP. 19600221 198601 1 001



*commit to user*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Orang terkuat bukan mereka yang selalu menang melainkan mereka  
yang tetap tegar ketika mereka jatuh

( Penulis )

Today should be better than yesterday and tomorrow is hope

(Penulis)

Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut  
untuk berbuat sesuatu kebaikan, maka jaminan bagi orang tersebut  
adalah tidak akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun

(Bung Karno)

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta
2. Adik tersayang
3. Seseorang tersayang
4. Kerabat dan sahabat.
5. Teman-teman senasib seperjuangan.
6. Almamater tercinta

*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mana memberikan rahmad dan hidayah-Nya serta kemampuan, kemudahan dan pertolongan-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir dengan judul “ Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sembada Plus Pada PD. BPR Bank Daerah Karanganyar” ini merupakan persyaratan guna meraih gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam Penulisan Tugas Akhir ini penulis mengalami banyak kesulitan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan selesai. Maka dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala bentuk bantuannya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs Kresno Sarosa Pribadi M.Si selaku Ketua Program Studi Program Diploma III Keuangan Perbankan Fakultas Ekonomi Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Yogi Pasca Pratama, SE, ME selaku Dosen Pembimbing Lapangan selama magang berlangsung dan Dosen Pembimbing dalam penyusunan

*commit to user*

Tugas Akhir yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam Tugas Akhir ini.

4. Ibu Dwi Prasetyaningsih, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan bimbingan selama kuliah
5. Bapak H. Darsito, SE. MM dan Ibu Heru S, SH. MM selaku Pimpinan PD. BPR Bank Daerah Karanganyar yang telah memberikan ijin untuk melakukan kegiatan magang.
6. Ibu DRA. Baby Novega, M.Si selaku Kepala Bagian Dana PD. BPR Bank Daerah Karanganyar yang telah memberikan ijin untuk melakukan kegiatan magang dan telah memberikan pengalaman kerja yang sangat bermanfaat.
7. Bapak Heru Widodo, ST selaku Kepala Bagian Kredit yang telah memberi pengarahan dan bimbingan.
8. Ibu Susilowati, SE selaku kepala SPI yang telah memberikan ijin untuk melakukan kegiatan magang.
9. Bapak Didik Purwanto, ST. MM selaku Staf Bagian Dana yang telah memberikan banyak informasi yang membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Bapak Supardiman dan Ibu Kodrat Listyawati selaku orang tua yang tidak henti-hentinya memberi dukungan, doa dan kasih sayang yang tulus.
11. Yolanda Devia Veliana selaku adik yang selalu memberi semangat dan menghibur saya
12. Keluarga besar Kamarsuman yang telah memberi dukungan dan doa

*commit to user*



13. Rudi Yatno yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar saya tidak pernah putus asa
14. Sahabat-sahabat saya Dinda Permata, Dharmastuti, Retno Sri Pinilih, Christiwi Ryan, Biana Cristi, Vina Pungky, Kurnia Leli, Pramitha Jaya Margi, Yunita Budi, Arum Prasetyaningsih, Farida dan Ratih Oktaviani terimakasih telah membantu saya dalam menyelesaikan TA, menemani saya selama ini dalam susah maupun senang
15. Seluruh Staf PD. BPR Bank Daerah Karanganyar yang telah memberikan banyak informasi, bimbingan dan dukungan.
16. Seluruh teman-teman D3 Keuangan Perbankan yang telah menemani saya selama ini.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini kurang sempurna, karena keterbatasan penulis dalam pengembangan serta pengetahuan yang penulis miliki. Semoga Tugas Akhir ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri. Semoga Allah SWT selalu memberikan pertolongan, anugrah yang baik dan segala berkah-Nya atas bimbingan dan bantuan semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini serta semoga dapat memberi manfaat bagi semua dan ilmu pengetahuan pada saat ini dan masa yang akan datang.

Surakarta, Mei 2013

Penulis

*commit to user*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B. PERUMUSAN MASALAH .....	4
C. TUJUAN PENELITIAN .....	5
D. MANFAAT PENELITIAN .....	5
E. METODE PENELITIAN .....	6
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
1. Pengertian Bank .....	8
2. Jenis-Jenis Bank .....	9
3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) .....	12
4. tabungan sebagai sumber dana bank .....	13

*commit to user*

5. Pemasaran .....	15
6. Strategi Pemasaran .....	16
7. Pengertian Bauran Pemasaran .....	17
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
<b>A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>20</b>
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	20
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	22
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	23
4. Job Deskripsi.....	23
5. Produk Layanan PD.BPR BANK DAERAH KARANGANYAR.....	44
<b>B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH.....</b>	<b>46</b>
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sembada Plus.....	46
2. Trend Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sembada Plus..	53
3. Pengaruh yang dihasilkan melalui strategi bauran pemasaran (marketing mix) Produk Tabungan Sembada Plus.....	58
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
<b>A. SIMPULAN .....</b>	<b>61</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

### DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Neraca Laba Rugi PD.BPR Bank Daerah Karanganyar pada tahun 2012. .... 57



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1 Diagram perkembangan jumlah nasabah tabungan sembada  
plus PD.BPR Bank Daerah Karanganyar tahun 2008-2012. .... 54



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Struktur Organisasi
- Lampiran 2. Surat Pernyataan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Surat Persetujuan Magang
- Lampiran 4. Formulir Pendaftaran

