

**PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP
PEMASARAN PRODUK DAN JASA PADA PT. BANK
NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG
UTAMA SURAKARTA**



Tugas Akhir
Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Persyaratan guna
Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Keuangan dan Perbankan
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Oleh:

NOVITASARI DWI UTAMI

NIM. F3610069

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2013

commit to user

**PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP PEMASARAN
PRODUK DAN JASA PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA**

NOVITASARI DWI UTAMI
F3610069

Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap pemasaran produk dan jasa pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dimana penulis mengambil satu obyek tertentu yang diteliti yaitu pada unit pemasaran PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta. Data yang diperoleh melalui dua sumber data yaitu data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung dengan pegawai pemasaran dan data sekunder yang diperoleh dari referensi penunjang penelitian.

Hasil penelitian ini adalah bahwa PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta telah menerapkan strategi *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk yang ditawarkan sesuai dengan berbagai kalangan dan kebutuhan nasabah. Penentuan harga suku bunga dan biaya administrasi cukup terjangkau di kalangan nasabah. Promosi dengan menggunakan *sales promotion*, *advertising*, undian-undian, BLG (BNI Layanan Gerak), BNI sponsor, pengoptimalan *customer service*, dan BNI *payroll*. Distribusi dilakukan secara langsung kepada nasabah. Saran yang dapat penulis sampaikan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta adalah menambah jumlah pemasar, selalu membuat inovasi, melakukan penyuluhan atau seminar, mempertahankan efektifitas call program.

Kata Kunci : strategi *marketing mix*, produk, harga, distribusi, dan promosi

ABSTRACT

PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP PEMASARAN PRODUK DAN JASA PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA

NOVITASARI DWI UTAMI

F3610069

This final project aims to determine the implementation strategy of the marketing mix consists of product, price, distributions, marketing and promotion of products and services on PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk main branches Surakarta. The method used in this research is a case study in which the authors taken a certain object under study is the marketing unit PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk main branches Surakarta. Data obtained through two sources of data are primary data obtained by direct interviews with marketing personnel and secondary data obtained from reference supporting research.

The results of this study is that the PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk main branches Surakarta has implemented a strategy of marketing mix consists of product, price, distribution, and promotion. Products are offered in accordance with the various backgrounds and needs of customers. Interest rates and the pricing is quite reasonable administrative costs among customers. Promotion by using sales promotion, advertising, sweepstakes, BLG (BNI Layanan Gerak), BNI sponsor, customer service optimization, and BNI payroll. Distributions made directly to customers. Suggestion that the writer can convey to PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk main branches Surakarta is menabah number of marketers, always making innovations, do counseling or seminars, call maintain the effectiveness of the program.

Keywords : strategy marketing mix, product, price, distribution, and promotion

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir:

**“PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP
PEMASARAN PRODUK DAN JASA PADA PT. BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA”**

Telah disetujui dan diterima oleh dosen pembimbing tugas akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan Perbankan.

Surakarta, 25 April 2013

Dosen Pembimbing



Sumardi, SE, MESP
NIP. 19620908 198702 1 004

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir:

**“PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* TERHADAP
PEMASARAN PRODUK DAN JASA PADA PT. BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SURAKARTA”**

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.

Surakarta, 20 Mei 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Nugroho Saputro, SE
NRP. 0360 700 001
2. Sumardi, SE, MESP
NIP. 19620908 198702 1 004

()

Penguji

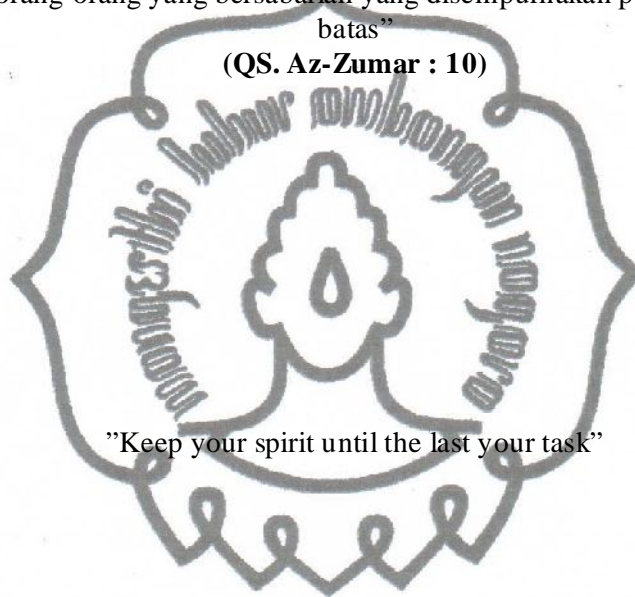
()

Pembimbing

MOTTO

”Hanya orang-orang yang bersabarlah yang disempurnakan pahalanya tanpa batas”

(QS. Az-Zumar : 10)



”Keep your spirit until the last your task”

”Kesuksesan seseorang dapat diukur dari aktivitas sesuatu yang *tidak bertulang*”
(Novitasari Dwi Utami)

commit to user

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada



ALLAH SWT

Ibu-ku **Rini Untari** dan Bapak-ku **Sugiyartono** tercinta

Susanti Septi Ratnasari tersayang

Semua Teman-teman terbaik

Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Surakarta

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Penerapan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Pemasaran Produk dan Jasa pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta”. Tugas akhir ini diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Atas terlaksananya penelitian dan terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya kepada :

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 Prodi Diploma III Keuangan dan Perbankan Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Sumardi, SE, MESP selaku Dosen Pembimbing Penulis yang membimbing dalam menyusun tugas akhir ini.
4. Bapak Malik Cahyadin SE, M.Si selaku pembimbing Akademik Penulis yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama enam semester.
5. Bapak Syarif Sagap, SH, MM selaku Pimpinan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan kuliah lapangan kerja di BNI KCU Surakarta.

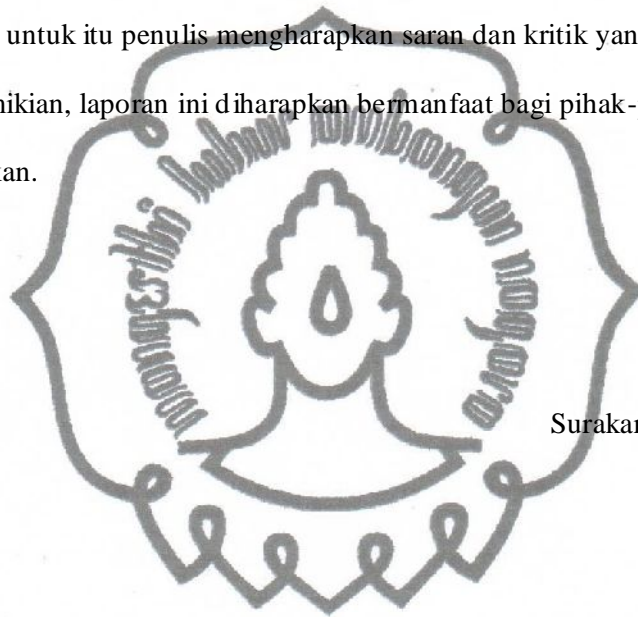
6. Bapak Ruddy Christianto, SE selaku Pimpinan Bidang Pembinaan Kantor Layanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, serta motivasi selama melakukan kuliah lapangan.
7. Ibu Tri Suspaterini, S.Psi, MM selaku Pimpinan Bidang Operasional PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta yang telah memberikan bimbingan serta izin untuk melakukan kuliah lapangan kerja di unit-unit BNI KCU Suakarta.
8. Bapak Nano Wicaksono, S.Pt, MM selaku Pimpinan Bidang Layanan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta yang telah memberikan pengarahan saat melakukan kuliah lapangan kerja.
9. Bapak Danang Purwo Sumbono, SE yang telah memberikan kesempatan dan bimbingannya selama magang.
10. Bapak Wahyu Dwi Purnomo, SE selaku penyelia Unit Pemasaran yang telah memberikan izin untuk melakukan konsentrasi magang kerja di Unit Pemasaran.
11. Ibu, Bapak, dan Kakak untuk kasih sayang, bimbingan, nasehat, dan doa yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
12. Seluruh Pegawai BNI KCU Surakarta, khususnya Unit Pemasaran (Bu Wahyu, Pak Jarot, Pak Kamil, Pak Ishaq, Pak Reza, Pak Anwar, Pak Ari, Mbak Lisa, Mas Noel, Pak Agung, Pak Mul, Bu Novi, Pak Agus, Mas Ipin,

commit to user

Mas Fima, Mbak Leni) terimakasih atas bimbingannya selama magang di unit pemasaran.

13. Seluruh teman-teman Keuangan dan Perbankan 2010, terimakasih atas kebersamaan, dukungan selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan laporan magang ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Namun demikian, laporan ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



Surakarta, April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Metodologi Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Bank	10
B. Jenis Bank	10
C. Kegiatan Bank Umum	16
D. Pengertian Pemasaran	20
E. Pengertian Strategi Pemasaran	21
F. Pengertian Marketing Mix	21
G. Kerangka Pemikiran	34
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	36
1. Sejarah Umum Perusahaan.....	36

2. Struktur Organisasi	38
3. Visi dan Misi	40
4. Budaya Kerja	41
B. Kegiatan Magang Kerja	42
1. Pengertian Magang Kerja	42
2. Tujuan Magang Kerja	43
3. Lokasi Magang Kerja	43
4. Jangka Waktu Magang Kerja	43
5. Kegiatan Magang Kerja	43
C. Pembahasan	44
1. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Terhadap Pemasaran Produk dan Jasa pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta	44
2. Kendala Dalam Pemasaran Produk dan Jasa pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Surakarta	98
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	38



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Perilaku utama insan BNI	42
Tabel 3.2 Batas waktu <i>transfer</i>	67
Tabel 3.3 Ukuran box <i>Safe Deposit Box</i>	69
Tabel 3.4 Formulir dokumen isian aplikasi Kartu Kredit BNI	74
Tabel 3.5 Asumsi Perhitungan BNI Taplus	76
Table 3.6 Asumsi Perhitungan BNI Taplus Bisnis	76
Tabel 3.7 Asumsi Perhitungan BNI Taplus Muda	77
Tabel 3.8 Asumsi Perhitungan BNI Taplus Anak	78
Tabel 3.9 Asumsi Perhitungan BNI Tappa dan Tapma	78

Tabel 3.10 Asumsi Perhitungan BNI Haji	79
Tabel 3.11 Asumsi Perhitungan Tapenas	81
Tabel 3.12 Asumsi Perhitungan TabunganKu	82
Tabel 3.13 Asumsi Perhitungan BNI Giro	82
Tabel 3.14 Asumsi Tingkat Suku Bunga BNI Dollar	83
Tabel 3.15 Asumsi Tingkat suku Bunga BNI Deposito	84
Tabel 3.16 Tingkat Suku Bunga BNI Duo	84
Tabel 3.17 Asumsi Benefit Simponi	86
Tabel 3.18 Tarif Kiriman Uang Dalam Negeri	87
Tabel 3.19 Tarif Kiriman Uang Internasional	89
Tabel 3.20 Tarif Perhitungan <i>Safe Deposit Box</i>	90
Tabel 3.21 Panduan Layanan Biaya Kartu Kredit BNI	91
Tabel 3.22 Iuran Tahunan	91
Tabel 3.23 Biaya Keterlambatan Pembayaran dan <i>Over Limit</i>	92
Tabel 3.24 Biaya Lain	93

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Pernyataan Tugas Akhir
- Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Magang
- Lampiran 3. Formulir Pendaftaran Magang
- Lampiran 4. Permohonan Persetujuan Magang
- Lampiran 5. Surat Pernyataan Magang
- Lampiran 6. Lembar Monitoring
- Lampiran 7. Jadwal Pelaksanaan Magang Kerja
- Lampiran 8. Kegiatan Harian Kuliah Magang Kerja
- Lampiran 9. Formulir Penilaian Kuliah Magang Kerja
- Lampiran 10. Formulir Pembukaan Rekening

