

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak dapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali ditulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Siliwangi.

Tasikmalaya, Maret 2020

Wanna Nurkirana

ABSTRACT

**IMPLEMENTATION OF DEPOWANGI PRODUCT'S MARKETING MIX
AT PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT
SILIWANGI TASIKMALAYA**

By:

WANNA NURKIRANA

173404131

Guidanced:

Dedeh Sri Sudaryanti

Agi Rosyadi

This research was conducted at PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya with the tittle "Implementation of Depowangi Product's Marketing Mix at PT. Bank Perkreditan Rakyat Siliwangi Tasikmalaya". The purpose of this study was to determine the implementation of Depowangi product's marketing mix, the development of Depowangi products, and the obstacles in implementing the marketing mix of Depowangi products and how to resolve them at PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya. This research method uses two types of data namely primary and secondary data. Primary data obtained directly from interviews with the marketing department, secondary data is data obtained from several additional articles about the bank. Based on the results of this study it can be seen that the implementation of the marketing mix of BPR Siliwangi Tasikmalaya's general time deposit product uses a 7P approach or marketing mix. The marketing mix which includes 7P is product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The marketing mix conducted by PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya is quite effective in terms of promoting products because it can be seen from the promotional activities carried out that can give an impression or a good image for PT. BPR Siliwangi in the eyes of the public. PT. BPR Siliwangi tasikmalaya must conduct socialization activities to the public so that public knowledge of Depowangi products can develop and of course increase the interest of prospective customers to invest.

Keywords: *Implementation, marketing mix, depowangi, BPR Siliwangi*

ABSTRAK

PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN PRODUK DEPOWANGI PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SILIWANGI TASIKMALAYA

Oleh:

WANNA NURKIRANA

173404131

Pembimbing:

Dedeh Sri Sudaryanti

Agi Rosyadi

Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya dengan judul “Pelaksanaan Bauran Pemasaran Produk Depowangi Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Siliwangi Tasikmalaya”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran produk Depowangi, perkembangan produk Depowangi, dan hambatan dalam pelaksanaan bauran pemasaran produk Depowangi serta cara penyelesaiannya pada PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya. Metode penelitian ini menggunakan dengan dua jenis data yaitu, data primer dan sekunder. Data primer yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan bagian *marketing*, data sekunder merupakan data-data yang diperoleh dari beberapa artikel tambahan mengenai bank. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pelaksanaan bauran pemasaran produk Deposito BPR Siliwangi Tasikmalaya melakukan pendekatan 7P atau *marketing mix*. Bauran pemasaran yang meliputi 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya cukup efektif dalam hal mempromosikan produk karena dapat dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan kesan atau citra yang baik bagi PT. BPR Siliwangi dimata masyarakat. PT. BPR Siliwangi tasikmalaya harus mengadakan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat agar pengetahuan masyarakat terhadap produk Depowangi dapat berkembang dan tentunya meningkatkan minat para calon nasabah untuk berinvestasi.

Kata kunci: Pelaksanaan, bauran pemasaran, depowangi, BPR Siliwangi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN PRODUK DEPOWANGI PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SILIWANGI TASIKMALAYA”**. Tidak lupa juga shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW, yang senantiasa membimbing dan menuntun umatnya ke jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi pada Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Juga sebagai salah satu upaya untuk membuka wawasan dengan cara memahami dan bersungguh-sungguh atas teori yang penulis peroleh selama dibangku kuliah.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pihak lain.

Selama melakukan proses penyusunan Tugas Akhir ini penulis tidak sedikit mengalami rintangan dan kesulitan. Oleh karena itu, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil.

Dengan segala bentuk kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Rudi Priyadi, Ir., M.S. selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya,
2. Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya,
3. Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M. selaku koordinator Program Studi D-3 Perbankan dan keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
4. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan do'a serta dorongan kepada penulis baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini,
5. Yuyun Yuniasih, S.E.,M.M selaku wali dosen Keuangan dan Perbankan Kelas C 2017,
6. Dedeh Sri Sudaryanti, S.E.,M.Si. selaku pembimbing I yang banyak memberikan masukan dan arahan yang sangat berarti bagi penulis,
7. Agi Rosyadi, S.E.,M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian tugas akhir,
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang sabar memberikan petunjuk, bimbingan serta bekal ilmu selama penulis mengikuti perkuliahan,
9. Bapak Sanni Erwansyah selaku Direktur Utama dan Ibu Juju Juhariah selaku Kasie Operasional serta seluruh karyawan PT. BPR Siliwangi Tasikmalaya terutama pada bagian *marketing* yaitu Bapak Yuda dan bagian Admin Kredit

yaitu Ibu Andin terimakasih atas bantuan dan informasi yang telah saya dapatkan,

10. Teman saya Reza, Yanifa, Devi, Anggi, Ria yang banyak membantu penulis dan memberi referensi serta dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini,
11. Sahabat saya Onat, Toto, Mubay, Luthfi, Afiif dan masih banyak lagi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu penulis ucapkan terimakasih banyak telah mendukung, memberi semangat, memotivasi, dan membantu baik secara moril dan materil,
12. Seluruh pengurus dan anggota UKM Teater 28 yang telah banyak mendukung, memberikan do'a serta semangat kepada penulis,
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan 2017, yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan ini. Terimakasih atas bantuan kalian dan kebersamaannya baik dalam suka maupun duka,
14. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua dan khususnya rekan-rekan sesama Mahasiswa.

Tasikmayala, Maret 2020

Penulis