

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa dan juga jual beli. Oleh karena itu, terdapat banyak bagian kerja dalam perbankan untuk mendukung proses aktivitas perbankan itu sendiri, agar bisa berjalan dengan lancar. Bagian *marketing* atau yang biasa disebut dengan pemasaran merupakan salah satu contoh dari beberapa jenis bagian kerja dalam perbankan.

Marketing atau pemasaran merupakan suatu rangkaian kegiatan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan cara membuat produk, menentukan harga, tempat penjualan, cara menjual dan mempromosikan produk tersebut kepada konsumen.

Menurut Hasan (2013:4), pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller, 2009:5, Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Atau dapat disimpulkan, bahwa *marketing* merupakan bagian kerja dalam perbankan yang memiliki fokus dalam memenuhi kebutuhan dan juga kepuasan nasabah. Adapun salah satu unit kerja yang memiliki tugas untuk memasarkan yaitu unit kerja *sales force*. Unit kerja *sales force* merupakan salah satu unit kerja yang berhadapan langsung dengan nasabah. Tujuannya adalah guna menggali apa yang menjadi kebutuhan nasabah, sehingga dapat ditawarkan produk bank yang sesuai dengan kebutuhannya.

Jika bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah maka akan timbul suatu loyalitas. Bila kinerja produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka nasabah merasa tidak puas. Tetapi bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan maka pembelinya akan puas atau sangat gembira.

Pengetahuan mengenai pemasaran menjadi penting bagi institusi perbankan pada saat dihadapkan berbagai macam permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya tarik konsumen terhadap suatu produk, sehingga berdampak pada melambatnya pertumbuhan suatu perusahaan.

Pemasaran tidak dapat menjamin kesuksesannya sendiri dan tidak juga dapat diterapkan melalui hafalan. Keahlian pemasaran bagi mereka di bidang pemasaran terletak pada bagaimana mereka bertindak dengan sangat tepat dalam suatu wilayah yang kadang-kadang merujuk pada seni sekaligus ilmu.

Sehubungan dengan permasalahan diatas terkait dengan pemasaran, diperlukan suatu kemampuan untuk berpandangan ke depan dalam mengarahkan

dan mengambil tindakan pemasaran untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Itu merupakan hal yang sulit dicapai oleh perusahaan, maka dari itu dalam hal ini dibutuhkan kesadaran dan inisiatif yang tinggi dalam mempelajari serta menguasai hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya kegiatan pemasaran.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas disamping dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan kondisi internal lainnya yang berkaitan langsung terhadap perilaku konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat mengendalikan perubahan tingkah laku atau perilaku tersebut dengan berusaha mengimbangi, yakni dengan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan melalui evaluasi yang berkala demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilakukan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen dalam memilih merek selalu berubah sejalan dengan perubahan pada lingkungan bisnis yang termasuk di dalamnya: perkembangan kemajuan teknologi, globalisasi, nilai dan perilaku populasi sehingga perusahaan saling berlomba-lomba untuk selalu dapat

menciptakan produknya agar lebih unggul dari produk pesaingnya. Hal itu timbul karena adanya permintaan konsumen yang selalu berubah-ubah. Karena hal tersebut, perusahaan harus dapat atau mampu menciptakan inovasi produk secara cepat dan berkesinambungan sesuai dengan selera konsumen sehingga konsumen diharapkan tertarik untuk memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Oleh karena bank memiliki fungsi sebagai lembaga intermediari, yang mana menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, maka dari itu bank memiliki berbagai macam produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Produk yang dimiliki bank dalam menjalankan fungsinya sebagai penyalur dana kepada masyarakat adalah produk pembiayaan.

Salah satu produk pembiayaan yang ada pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Yogyakarta, yaitu produk pembiayaan pensiun. Produk ini ditujukan khusus kepada para pensiunan ataupun janda pensiun yang membutuhkan dana untuk berbagai keperluan. Jaminan yang digunakan dalam pengajuan pembiayaan pensiun cukup mudah, karena hanya memerlukan jaminan berupa Surat Keputusan (SK) Pensiun.

Data yang diperoleh dari Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Yogyakarta tentang jumlah SK Pensiun periode Januari – Juni 2017 sampai dengan periode Januari – Juni 2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah SK Pensiun Periode Januari – Juni Tahun 2017 - 2019

Periode Januari - Juni	Jumlah SK Pensiun
2017	323
2018	381
2019	340

Sumber : www.bkd.jogjaprovo.go.id

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa ada sekitar 1.044 SK Pensiun yang diserahkan kepada PNS selama 3 tahun terakhir. Hal tersebut menjadi target yang besar bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta agar semakin gencar dalam melakukan pemasaran terhadap Produk Pembiayaan Pensiun.

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun diatas, maka Tugas Akhir ini diberi judul, **“STRATEGI *MARKETING* PADA UNIT KERJA SALES FORCE TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN DI PT BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG YOGYAKARTA”**.

1.2 Tujuan Magang

Dalam dunia perbankan, melakukan penjualan produk dengan melakukan pemasaran sudah menjadi makanan sehari-hari bagi para pegawainya, dan juga menjadi masalah penting apabila hasil dari proses pemasaran tersebut tidak dapat mencapai target yang sudah ditentukan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian magang, yaitu :

1. Untuk mengetahui informasi tentang Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta

2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan untuk memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta

1.3 Target Magang

Dengan dilaksanakannya kegiatan magang ini, diharapkan dapat tercapai beberapa hal yang menjadi target atau sasaran magang, yaitu sebagai berikut :

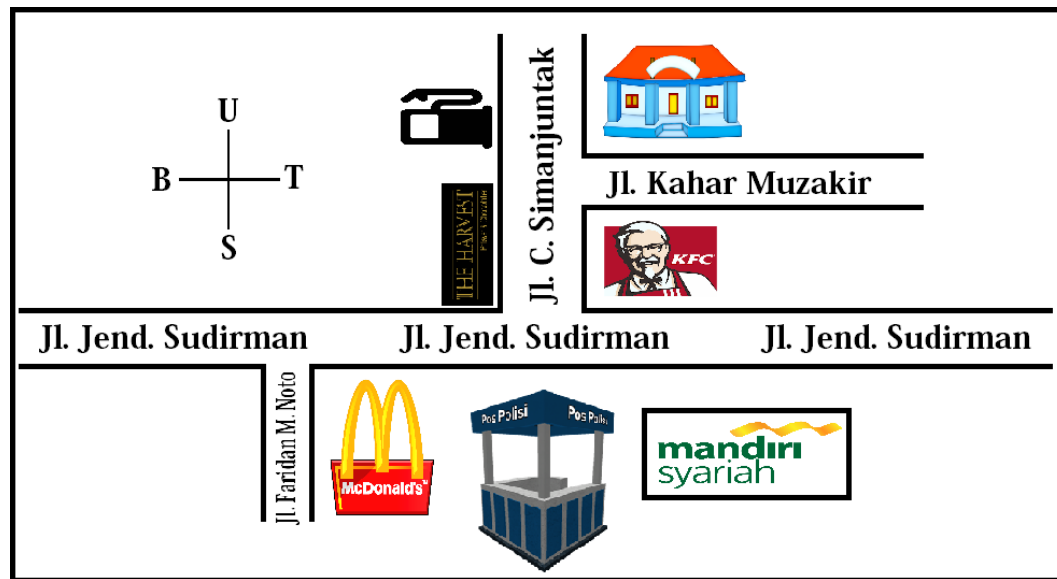
1. Mengetahui dan mampu menjelaskan mengenai Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta
2. Mengetahui dan mampu menjelaskan strategi yang dilakukan untuk memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang dituju adalah unit kerja *Sales Force* yang berada dibawah unit kerja *Consumer Banking*. Karena dalam hal ini, *Sales Force* merupakan unit kerja pada bank yang bertugas untuk melakukan proses pemasaran produk pembiayaan pensiun hingga melakukan proses pemutusan pembiayaan.

1.5 Lokasi Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta, yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman No.42, Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55224. Denah lokasi magang adalah seperti berikut ini :



Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang

1.6 Jadwal Magang

Kegiatan magang dilaksanakan setelah mahasiswa menduduki semester VI, yang dimulai pada tanggal 1 Maret 2019 – 1 Juni 2019. Kegiatan magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta, yaitu 5 hari dalam 1 minggu, dan akan dilaksanakan selama 3 bulan.

Tabel 1.1 Jadwal Magang di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta

No	Judul Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survei Lokasi Magang	■	■	■	■																
2	Penyusunan <i>Term of Reference</i> (TOR)			■	■	■	■														
3	Pelaksanaan Kegiatan Magang					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Bimbingan Laporan Magang									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Penyusunan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

	Laporan Magang																			
6	Ujian Tugas Akhir																			
7	Ujian Komprehensif																			

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

BAB I : Pendahuluan.

Pendahuluan berisikan tentang gambaran mengenai pokok pikiran tentang alasan pemilihan topik yang akan dianalisis, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, dan juga sistematika penulisan laporan magang.

BAB II : Landasan Teori

Landasan Teori menjelaskan tentang teori-teori pendukung yang menguatkan pembahasan terkait topik yang berkaitan dengan judul.

BAB III : Analisis Deskriptif

Pada bagian Analisis Deskriptif ini berisi 2 data, yaitu Data Umum dan Data Khusus. Yang mana, data umum menjelaskan mengenai gambaran umum tempat magang, sedangkan data khusus berisi tentang deskripsi data hasil temuan di lapangan yang sesuai dengan topik yang diangkat. Analisis deskriptif ini merupakan bagian yang penting sebagai bahan untuk menyusun kesimpulan, rekomendasi kebijakan bagi perusahaan, dan saran untuk kegiatan magang berikutnya.

BAB IV : Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran digunakan untuk menjabarkan kesimpulan dari hasil analisis bab sebelumnya. Kesimpulan ini disusun berdasarkan tujuan masalah yang telah disusun sebelumnya.