

PENERAPAN *MARKETING MIX*
PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH BALI
KANTOR CABANG TABANAN



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Made Arinda Dwi Intan Pratiwi

NIM 2115713101

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

PENERAPAN *MARKETING MIX*
PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH BALI
KANTOR CABANG TABANAN



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh
Ni Made Arinda Dwi Intan Pratiwi
NIM 2115713101

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Made Arinda Dwi Intan Pratiwi
NIM : 2115713101
Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Projek Akhir saya dengan judul:
"Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan"

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Projek Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar Pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung 23 Agustus 2024
Yang menyatakan,



NIM. 2115713101

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN



Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan

Projek akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh ijazah
Program Studi D3 Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali.

(Ni Made Arinda Dwi Intan Pratiwi)
NIM. 2115713101

Badung, 23 Agustus 2024

Disetujui Oleh,

Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji, I Wayan Sukarta, SE., M.Agb NIP. 196005191989101001	
Dosen Penguji 1 Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, SE.,MM NIP. 202111008	
Dosen Penguji 2 I Nyoman Suka Sanjaya, S.S, M.TESOL NIP. 197409152000121002	

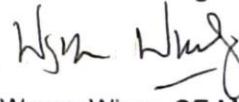
Pembimbing:

Dosen Pembimbing 1



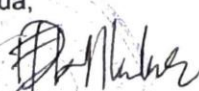

(I Wayan Sukarta, SE., M.Agb.)
NIP. 196005191989101001

Dosen Pembimbing 2




(I Wayan Wirga, SE,MBA.)
NIP. 196107261988111001

Diusahakan oleh,
Jurusan Administrasi
Ketua,

(Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE,MBA,Ph.D)
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,



(I Made Widiantara, S.Psi.,M.Si)
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Projek Akhir yang berjudul “Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan” sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan. Maksud tujuan ini yaitu guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan pada program studi Administrasi Bisnis Diploma III Politeknk Negeri Bali.

Dalam proses penyusunan Projek Akhir ini penulis telah menerima banyak bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yth. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti Pendidikan dan menyediakan segala fasilitas selama penulis menjalani perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
2. Yth. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dan pengarah dalam penyusunan projek akhir ini.
3. Yth. Bapak I Made Widiantera, S.Psi.,M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III (D3) Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah

memberikan petunjuk dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan projek akhir ini agar mampu terselesaikan tepat waktu.

4. Yth. Bapak I Wayan Sukarta, SE.,M.Agb selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta dukungan kepada penulis selama penyusunan Projek Akhir ini.
5. Yth. Bapak I Wayan Wirga, SE,MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta dukungan kepada penulis selama penyusunan Projek Akhir ini.
6. Yth. Ibu Ni Ketut Lestari, S.TP selaku Kepala Cabang PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Magang Kerja.
7. Yth. Bapak Made Dwi Pramana, SE selaku Kepala Bagian Dana dan Jasa pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk memperoleh data-data yang diperlukan.
8. Seluruh Staf Dana dan Jasa PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan yang telah membantu penulis dalam penyusunan Projek Akhir.
9. Keluarga tercinta Bapak, Mamak, dan Kakak yang telah memberikan dorongan moral maupun material selama penyusunan Projek Akhir.

10. Kepada semeton Expose yang sudag Bersama-sama berjuang dalam penyusunan Projek Akhir sehingga sudah dapat mengumpulkan tepak waktu.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat dalam penyusunan Proposal Projek Akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Projek Akhir ini jauh dari kata sempurna, baik dalam kata-kata maupun penyusunan kalimatnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan magang kerja ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan projek akhir ini. Semoga projek akhir ini bermanfaat bagi pembaca.

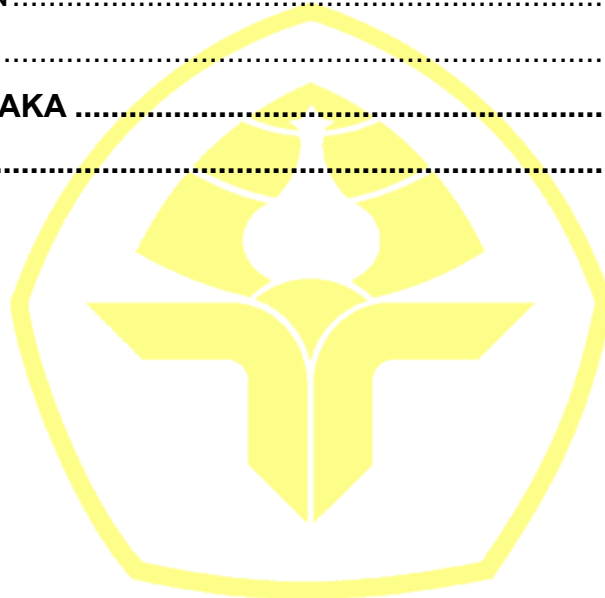
Tabanan, 12 Juli 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
Penulis
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian.....	8
1. Lokasi Penelitian	8
2. Objek Penelitian	8
3. Data Penelitian	9
4. Metode Analisis Data.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Pengertian Penerapan	12
B. Pengertian Pemasaran.....	13
C. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
D. Pengertian Strategi Pemasaran	16
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
A. Sejarah Berdirinya.....	30
B. Bidang Usaha.....	33
1. Simpanan	34
2. Pinjaman	38

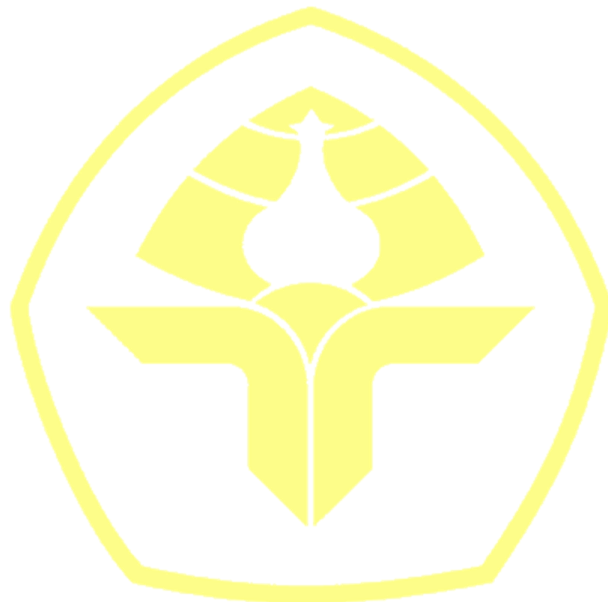
3. Jasa-Jasa Lain	40
C. Struktur Organisasi	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Kebijakan Perusahaan	49
B. Analisis dan Interpretasi Data.....	51
1. Penerapan Marketing Mix Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.....	51
2. Kendala-kendala dalam penerapan Marketing Mix pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. SIMPULAN.....	66
B. SARAN.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

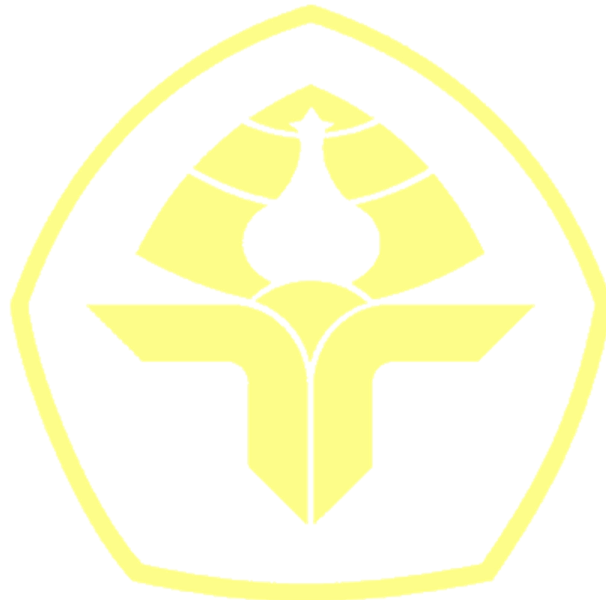
Tabel 1. 1 Pembukaan Rekening Pertahun 2019 - 2023.....	4
Tabel 4. 1 Data Suku Bunga	55



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

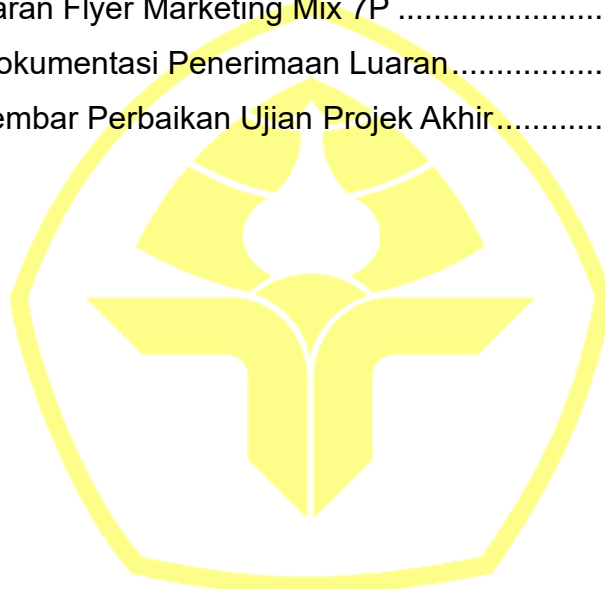
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Kantor Cabang	41
Gambar 4. 1 Ulasan Nasabah Mengenai Lokasi PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan	57
Gambar 4. 2 Ulasan Google Nasabah Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan.....	60
Gambar 4. 3 Ulasan Nasabah Terkait Aplikasi SpeedID Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan	62



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara	73
Lampiran 2. Produk Dana dan Jasa.....	74
Lampiran 3. Media Promosi	76
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara	78
Lampiran 5. Formulir Proses Bimbingan.....	79
Lampiran 6. Surat Keterangan Penyelesaian Projek Akhir	81
Lampiran 7. Formulir Keterangan Perubahan Judul Projek Akhir	82
Lampiran 8. Surat Keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa	83
Lampiran 9. Luaran Flyer Marketing Mix 7P	85
Lampiran 10. Dokumentasi Penerimaan Luaran.....	86
Lampiran 11. Lembar Perbaikan Ujian Projek Akhir.....	87



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap Perusahaan mempunyai tujuan dan harapan untuk tetap berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan atau meningkatkan tingkat keuntungan/laba Perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina hubungan baik dengan pelanggan, serta menguasai pasar dan kepercayaan masyarakat. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian yang bertugas sebagai Pemasaran Perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memanfaatkan kesempatan dan peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Dunia usaha yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan juga adanya keterkaitan antara satu dengan

yang lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan. Strategi pemasaran yang diterapkan juga harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas kepada pelanggan untuk meningkatkan penjualan dan memberikan pelayanan yang optimal dalam memuaskan kebutuhan pelanggan.

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Bauran pemasaran adalah menjalankan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama (gabungan) diantara elemen-elemen yang ada dalam *Marketing mix* itu sendiri, setiap elemen pemasaran tidak bisa berjalan sendiri-sendiri, tanpa ada dukungan elemen lainnya. Penggunaan *marketing mix* dalam dunia bisnis, tentunya dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai kebutuhan masing-masing Perusahaan. Dalam praktiknya, konsep *marketing mix* terdiri dari *marketing mix* untuk barang dan *marketing mix* untuk jasa.

Pentingnya *marketing mix* terletak pada kemampuannya untuk memastikan bahwa semua aspek pemasaran bekerja secara harmonis untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan

mengintegrasikan elemen-elemen marketing mix, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif, yang tidak hanya menarik dan mempertahankan pelanggan, tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar

PT Bank Pembangunan Daerah Bali (BPD Bali) merupakan Bank yang bergerak pada bidang perbankan dan memiliki tugas sebagai penggerak, pendorong laju pembangunan daerah, pemegang kas daerah, sumber pendapatan daerah, serta menjalankan usaha sebagai bank umum devisa. Selain itu Bank BPD Bali juga merupakan badan yang melayani kebutuhan pembayaran serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian dan perdagangan. Bank BPD Bali sudah tersebar dan beroperasi di seluruh kabupaten yang ada di Provinsi Bali. Kantor Utama yang terletak di Denpasar, dan memiliki Kantor Cabang yang khusus mengawasi pergerakan di daerah tersebut.

PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan merupakan kantor cabang yang khusus mengawasi pergerakan di daerah Tabanan. Tabanan sendiri merupakan salah satu kabupaten di Bali yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor pertanian dan pariwisata. Dengan adanya kantor cabang bank di Tabanan, diharapkan dapat memberikan layanan

perbankan yang lebih mudah diakses oleh masyarakat setempat dan mendukung perkembangan ekonomi daerah tersebut.

Berikut merupakan data pembukaan rekening baru produk dana (tabungan, giro, dan deposito) selama 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2019 – 2023 di PT Bank BPD Kantor Cabang Tabanan dapat dilihat pada tabel 1.1, di bawah ini :

Tabel 1. 1 Pembukaan Rekening Per tahun 2019 - 2023

Produk	Giro	Tabungan	Deposito
Tahun			
2019	315	2956	254
2020	144	5302	313
2021	29	3638	445
2022	24	14097	671
2023	42	17970	1114

Sumber : PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang membuka rekening baru pada Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan menunjukkan tren yang bervariasi antara jenis produk keuangan, dengan tabungan menjadi produk yang paling populer dan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Untuk pembukaan rekening Giro terjadi penurunan yang signifikan hingga tahun 2022, diikuti oleh sedikit peningkatan pada tahun 2023, sedangkan untuk pembukaan rekening Tabungan mengalami peningkatan yang signifikan terutama pada tahun 2022

dan 2023 dan pembukaan rekening deposito terus meningkat secara konsisten setiap tahun.

Hasil prasarvei menunjukkan bahwa selama dua tahun terakhir, produk tabungan menjadi pilihan utama nasabah di Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan. Wawancara dengan nasabah Bank BPD Bali juga mengungkapkan kepuasan nasabah terhadap produk perbankan yang mereka gunakan, yang terutama didorong oleh pelayanan yang ramah dan profesional dari pihak bank. Selain itu, beberapa nasabah mengaku mengetahui Bank BPD Bali melalui iklan di radio, sementara yang lain mengenal produk-produk bank ini dari sosialisasi yang dilakukan di desa-desa. Upaya promosi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk-produk perbankan yang ditawarkan.

Meskipun Bank BPD Bali telah mencatat sejumlah prestasi positif, baik dalam hal kepuasan nasabah maupun efektivitas promosi, terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi. Secara internal, bank masih menghadapi tantangan berupa kurangnya tenaga kerja yang secara khusus bertugas melakukan cross-selling produk perbankan. Hal ini berpotensi menghambat upaya bank dalam memaksimalkan potensi penjualan produk yang saling berkaitan. Di sisi lain, secara eksternal, Bank BPD Bali juga mengalami kesulitan dalam memasarkan produk berbasis internet,

terutama kepada penduduk yang tinggal di daerah dengan akses sinyal yang terbatas. Kendala ini menjadi tantangan tersendiri dalam memperluas pasar dan memastikan bahwa layanan perbankan berbasis teknologi dapat diakses secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

Persaingan di industri perbankan semakin ketat karena perkembangan teknologi dan inovasi yang terus berkembang. Oleh karena itu Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan dituntut untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih efisien, mudah diakses, dan menarik bagi nasabah-nasabah yang berdomisili Tabanan. Langkah ini diperlukan agar bank dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah pembukaan rekening baru nasabah. Sehingga perlu melakukan pemasaran secara efektif dan serius untuk menarik minat konsumen. Semakin baik strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka akan berdampak baik terhadap perusahaan dan juga akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mendalami lebih jauh tentang bagaimana strategi pemasaran *Marketing Mix* yang di terapkan PT Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan dalam memasarkan produknya, maka dari itu penulis mengambil judul: "Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan".

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan?
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam menerapkan *Marketing Mix* pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.
2. Mengetahui kendala-kendala dalam Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam melaksanakan *marketing mix* dan juga untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh selama di bangku perkuliahan dalam praktek secara nyata pada dunia industri serta sebagai salah satu syarat

untuk mendapatkan gelar D III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat yang diperoleh Perusahaan yaitu dapat memberikan masukan yang mungkin berguna pada masa yang akan datang. Serta dapat memaksimalkan pada penerapan *marketing mix* dalam mempromosikan produk.

3. Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat menambah kepustakaan serta referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan topik permasalahan yang sama.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan yang bertempat di Jl. Gn. Batur No. 1, Delod Peken, Kec. Tabanan, Kabupaten Tabanan, Bali. Waktu pelaksanaan penelitian ini bersamaan dengan waktu Magang Kerja.

2. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian dalam penyusunan Projek Akhir ini adalah Penerapan *Marketing Mix* Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

- 1) Data Kualitatif adalah data-data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, bidang usaha, uraian singkat tentang tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian.
- 2) Data Kuantitatif adalah jenis data yang diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka, dalam penelitian ini yang termasuk ke data kuantitatif adalah data pembukaan rekening dari tahun 2019 – 2023 untuk produk dana (Giro, Tabungan, Deposito) dan data suku bunga.

b. Sumber Data

Sumber Data yang dipergunakan terdiri dari :

1) Data Primer

Menurut Elvera dan Astrina (2021:66) Data primer adalah data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui media perantara. Data yang dikumpulkan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Bentuk datanya berupa opini, hasil

observasi, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah melalui metode wawancara, observasi atau survei.

2) Data Sekunder

Menurut Elvera dan Astrina (2021:66) Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihaklain, bukan dari sumber aslinya. Penulis mengumpulkan data secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara. Pada dasarnya data ini dapat berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang disusun dalam arsip (data documenter) yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Menurut Elvera dan Astrina (2021:75) Observasi merupakan kegiatan pemantauan, pengawasan, dan mengamati yang bertujuan untuk mengetahui, memahami dan mendapatkan jawaban dari sebuah kejadian/fenomena pada masalah penelitian. Penulis melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan dan kondisi Perusahaan tempat penulis melakukan penelitian pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan.

2) Wawancara

Menurut Elvera dan Astrina (2021:72) Wawancara adalah Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada responden. Dengan kemajuan teknologi, maka wawancara tidak hanya dapat dilakukan tatap muka, akan tetapi dapat juga dilakukan dengan media-media tertentu, misalnya dengan telepon, email.

3) Studi Pustaka

Merupakan Teknik mengumpulkan data yang di dapat yaitu dengan membaca, mempelajari serta mengutip pendapat dan teori-teori melalui sumber dan literatur lainnya yang mendukung.

4. Metode Analisis Data

Menurut Elvera dan Astrina (2021:113) Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang diartikan sebagai Teknik analisis data dengan cara memaparkan informasi yang diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kalimat terhadap suatu masalah yang bersumber dari hasil pengamatan lapangan, kajian dokumen, catatan langsung, wawancara, dan dokumentasi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian tentang Penerapan Marketing Mix Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Tabanan dan kendala-kendalanya adalah sebagai berikut:

1. PT Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan menunjukkan komitmen yang kuat untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah melalui berbagai kebijakan dan prosedur yang telah diimplementasikan. PT Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan telah melakukan upaya yang signifikan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran (7P), meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan untuk mencapai hasil yang optimal. Peningkatan dalam area-area tersebut akan sangat berpengaruh pada

peningkatan kepuasan nasabah dan efektivitas strategi pemasaran secara keseluruhan.

2. PT Bank BPD Bali Kantor Cabang Tabanan juga menghadapi beberapa kendala baik eksternal maupun internal dalam penerapan *marketing mix* yaitu, produk Bank yang tidak sesuai dengan kondisi masyarakat seperti kesulitan memasarkan produk dengan akses internet di beberapa wilayah, kurangnya inisiatif pegawai dalam melakukan *cross-selling*, yaitu upaya untuk menawarkan produk tambahan yang relevan kepada nasabah yang sudah ada, dan ulasan-ulasan google yang menunjukkan ketidakpuasan nasabah terkait sistem antrian maupun pelayanan.

B. SARAN

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami oleh PT Bank Pembangunan Daerah Kantor Cabang Tabanan terkait penerapan *marketing mix*, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Mengadakan riset pasar dan analisis kebutuhan nasabah, agar mengetahui kesenjangan antara produk yang ditawarkan dan kebutuhan bank sehingga pihak Bank mengetahui dan segera mengembangkan dan menyesuaikan produk bank berdasarkan hasil riset dan analisis kebutuhan masyarakat.
2. Mengadakan program pelatihan rutin bagi seluruh pegawai mengenai berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh

bank, termasuk sesi praktikum dan simulasi penggunaan, untuk memastikan setiap pegawai memiliki pemahaman mendalam dan kemampuan yang diperlukan dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Dengan diadakannya pelatihan pegawai lebih menguasai tentang produk dan dapat meningkatkan *cross-selling* dimana pegawai lebih aktif menawarkan produk-produk bank tambahan kepada nasabah.

3. Responsif terhadap Umpan Balik, bank harus memiliki mekanisme yang efektif untuk mendengarkan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat. Menerapkan sistem manajemen keluhan yang baik bisa membantu bank merespons kritik secara proaktif, sehingga pelanggan merasa dihargai dan didengarkan.
4. Peningkatan Transparansi dan Komunikasi, bank harus menyediakan informasi yang jelas dan transparan kepada nasabah mengenai bagaimana sistem antrean bekerja, termasuk memberikan pemberitahuan atau penjelasan jika terjadi gangguan atau perubahan dalam urutan antrean.

DAFTAR PUSTAKA

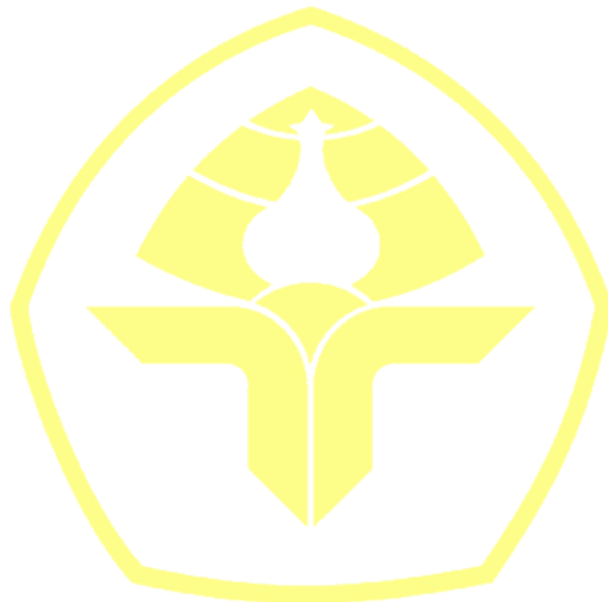
- Aisyah, Siti, and Zakiya Zahara. 2021. "PERAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI MOUZA SUPERMART KOTA PALU." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 80.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan ke-13. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Elvera, and Yesita Astarina. 2021. *METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gustiva, Aulia, and Syifaus Salwa. 2023. "ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BAURAN MANAJEMEN PEMASARAN TERHADAP PRODUK TABUNGAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 30-33.
- Hafi, Mohammad, and J.E Sutanto. 2020. "AN EMPIRICAL IMPLEMENTATION OF MARKETING MIXES ON PURCHASING DECISION OF PRODUCTS AT PT BERLIAN GRESIK IN INDONESIA." *International Journal of Economic, Business and Management Research* 221.
- Haque_Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Denok Sunarsi. 2022. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Book.
- Kotler , Philip, and Gary Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexi Johhanes. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muljawan, A. 2019. "Struktur Organisasi Perguruan Tinggi yang Sehat dan Efisien." *Jurnal Tahdzibi : Manajemen Pendidikan Islam* 4(2), 67-76.
- Noviyanto, Itok, and Har Adi Basri. 2019. "Analysis of the Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions on the Trans Park Cibubur Apartment." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 296.
- Parnawi, Afi, Bayu Mujrimin, Yuli Fatimah Waro Sari, and Bagus Wahyudi Ramadhan. 2023. "Penerapan Metode Demonstrasi dalam Meningkatkan Kemampuan Praktek Salat Siswa Kelas IV di SD Al-Azhar 1 Kota Batam." *Journal on Education* 4603-4611.
- Rachmad, Yoesoep Edhie, Fatmah, Adrian, Maisa Azizah Asmara, Heri Purwanto, Janadi Rammelsbergi Thamrin, Vivid Violin, Mesak Yamers Awang, Soni Fajar Mahmud, and Sarwo Eddy Wibowo. 2023. *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Wibowo, Lili Adi, and Junni Donni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* . Bandung: Alfabeta.

Wijayanti, Titik. 2018. *MARKETING PLAN! DALAM BISNIS*. Jakarta: PT Gramedia .



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI