

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT MANTAP PRA
PENSIUN (KMPP) PADA PT BANK MANDIRI TASPEN
KANTOR CABANG PEMBANTU KLUNGKUNG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

Luh Made Sri Ratih Krisnayana Putri

NIM 2115713075

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT MANTAP PRA
PENSIUN (KMPP) PADA PT BANK MANDIRI TASPEN
KANTOR CABANG PEMBANTU KLUNGKUNG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

Luh Made Sri Ratih Krisnayana Putri

NIM 2115713075

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luh Made Sri Ratih Krisnayana Putri

NIM : 2115713075

Prodi/Jurusan: D3 Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Projek Akhir saya dengan judul:
**“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT MANTAP PRA PENSUUN
(KMPP) PADA PT BANK MANDIRI TASPEN KANTOR CABANG
PEMBANTU KLUNGKUNG”**

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 Projek 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, Agustus 2024

Yang menyatakan,



Luh Made Sri Ratih Krisnayana Putri

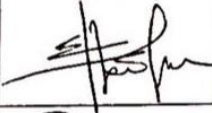
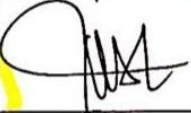
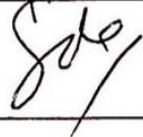
NIM 2115713075

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT MANTAP PRA PENSIUN (KMPP)
PADA PT BANK MANDIRI TASPEN KANTOR CABANG PEMBANTU
KLUNGKUNG**

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

Luh Made Sri Ratih Krisnayana Putri
NIM 2115713075

Badung, Agustus 2024
Disetujui oleh,

Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji, Ni Wayan Sumetri, SE.,M.Agb NIP 196403131990032003	
Dosen Penguji 1, Gede Sedana Wibawa Yasa S.Tr.Akt.,M.Si NIP 199503012024061003	
Dosen Penguji 2, I Gusti Ketut Gede, SE.,MM NIP 196112081988111001	

Dosen Pembimbing 1



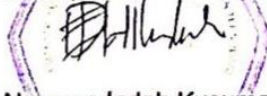
Ni Wayan Sumetri, SE., M. Agb.,
NIP 196403131990032003

Dosen Pembimbing 2



Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D
NIP 198104122005011001

Disahkan oleh
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,



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

Diketahui oleh
Program Studi D3 Administrasi Bisnis
Ketua,



I Made Widiantera, S.Psi., M.Si
NIP 197902182003121002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Projek Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung”** dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari pembuatan Projek Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh ijazah Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali. Selama penulisan Projek Akhir ini, penulis menerima banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu pada kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan berkenan memberikan izin untuk penyusunan Projek Akhir.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan, bimbingan serta dukungan selama penyusunan Projek Akhir, sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.
3. Bapak I Made Widiantra, S.Psi.,M.Si selaku ketua Progam Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang memberikan

pengarahan, bimbingan serta dukungan selama penyusunan Projek Akhir.

4. Ibu Ni Wayan Sumetri, SE., M. Agb., selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing Magang Kerja yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan Projek Akhir, sehingga terselesaikan tepat waktu.
5. Bapak Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan Projek Akhir, sehingga terselesaikan tepat waktu.
6. Bapak Made Harta Setiadi selaku Kepala Cabang Pembantu PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung yang juga telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan Magang Kerja dan memberikan izin pada pengambilan data pendukung dalam Projek Akhir.
7. Ibu Ni Wayan Adiyani selaku *Relationship Officer Pensiunan* PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung yang membantu dalam pengambilan data pendukung pada penyusunan Projek Akhir.
8. Karyawan dan karyawan PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung yang telah memberikan bimbingan dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Projek Akhir.

9. Orang tua, sahabat dan teman yang telah banyak membantu, memberikan doa, memberikan dukungan dan bantuan moral dalam penyusunan Projek Akhir.
10. Semua pihak terlibat yang tidak bisa disebutkan satu per satu telah banyak membantu, menyumbangkan pikiran, semangat dan motivasi dalam penyusunan Projek Akhir.

Projek Akhir ini akan lebih sempurna jika mendapat masukan dari pembaca yang budiman. Semoga Projek Akhir ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kita semua.



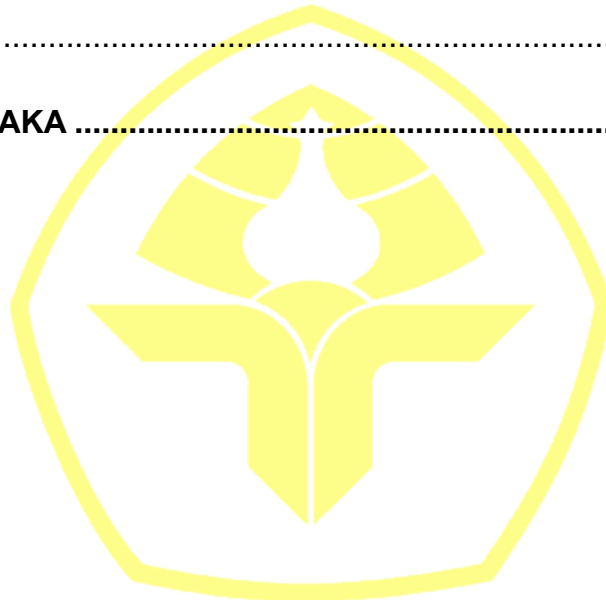
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian	9
1. Lokasi Penelitian	9
2. Objek Penelitian	9
3. Data Penelitian.....	9
4. Metode Analisis Data.....	12

BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Strategi	13
B. Pemasaran	14
C. Strategi Pemasaran	15
D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
E. Kredit	22
F. Pra Pensiun	24
G. Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP).....	26
H. Flowchart	27
BAB III GAMBARAN UMUM PT BANK MANDIRI TASPEN KANTOR	
CABANG PEMBANTU KLUNGKUNG	28
A. Sejarah Perusahaan	28
B. Bidang Usaha	34
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Kebijakan PT Bank Mandiri Taspem Kantor Cabang Pembantu Klungkung.....	45
B. Analisis dan Interpretasi Data	49

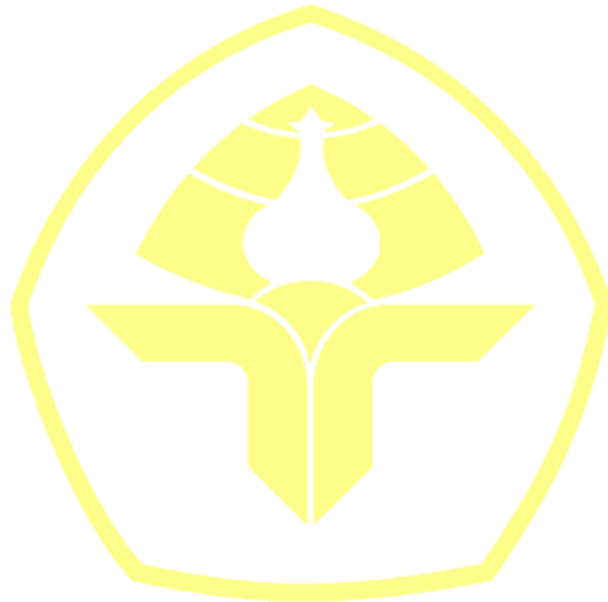
1. Strategi Pemasaran Produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung	49
2. Hambatan dan Solusinya dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP)	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Simpulan.....	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung 5
Table 2.1 Keterangan <i>Flowchart</i> 27



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT Bank Mandiri Taspen	33
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung	36
Gambar 4.1 Media Iklan Produk KMPP.....	56
Gambar 4.2 Kegiatan Humas bersama KMI	57
Gambar 4.3 Kegiatan Personal Selling pada Dinas Pendidikan Kab. Klungkung	58
Gambar 4.4 Pemasaran langsung pada Tempat Makan	59
Gambar 4.5 Kegiatan Pelatihan Pemasaran	60
Gambar 4.6 Flowchart SOP Pengajuan KMPP pada PT Bank Mandiri Taspen KCP Klungkung	62
Gambar 4.7 Penampilan Fisik Kantor PT Bank Mandiri Taspen KCP Klungkung	69

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan Pemasaran

Lampiran 4 Berkas Pengajuan Kredit Mantap Pra Pensiun

Lampiran 5 Surat Kesiapan Membimbing

Lampiran 6 Proses Bimbingan

Lampiran 7 Surat Keterangan Penyelesaian Projek Akhir

Lampiran 8 Surat Keterangan Adanya Penelitian Mahasiswa

Lampiran 9 Surat Keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa

Lampiran 10 Lembar Perbaikan Ujian Projek Akhir



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dekade terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam harapan hidup dan penurunan tingkat kelahiran di suatu negara, yang mengarah pada pertumbuhan proporsi populasi usia lanjut. Penuaan penduduk memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan sosial, Kesehatan dan ekonomi.

Dari sudut pandang sosial, penuaan penduduk menimbulkan tantangan baru dalam hal perawatan kesehatan, dukungan sosial dan integrasi generasi. Sementara itu, dari sudut ekonomi, penuaan penduduk memicu peningkatan beban keuangan terkait dengan kesehatan, pensiun dan layanan sosial. Oleh karena itu, pemerintah, lembaga keuangan dan sektor swasta semakin fokus pada pengembangan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi para lansia.

Para ahli sosial seperti Sarah Harper dari *University of Oxford* telah menekankan perlunya persiapan masyarakat terhadap perubahan besar dalam piramida usia populasi. Harper menggarisbawahi pentingnya memahami kebutuhan dan aspirasi dari kelompok usia lanjut dalam mengembangkan kebijakan ekonomi yang inklusif.

Perkembangan ekonomi secara keseluruhan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan perbankan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Secara garis besar tujuan perbankan di Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat. Dalam mencapai tujuan perbankan ini, seluruh bank di Indonesia berupaya melakukan berbagai bentuk usaha-usaha bank yang salah satu diantaranya ialah pemberian kredit kepada masyarakat.

Mengingat industri perbankan yang semakin maju tentu membawa dampak persaingan yang semakin ketat, hal ini menuntut perusahaan untuk mengelola usahanya secara profesional dan terorganisir dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam

mencapai suatu tujuan sangat tergantung pada ketepatan manajemen dalam mengambil keputusan, terutama manajemen pemasaran. Agar perusahaan tetap dapat bersaing disetiap kegiatan atau produk usaha, perusahaan wajib memiliki strategi pemasaran yang tepat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:5), pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan lewat pencitraan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Perusahaan dalam melakukan pemasaran harus menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera serta kebutuhan konsumen/nasabah yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia. Jadi setiap perusahaan harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, sehingga konsumen/nasabahnya tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan, apabila kurangnya strategi pemasaran dapat menyebabkan konsumen/nasabah berpindah ke lembaga keuangan lain yang lebih menguntungkan dan pelayanan yang lebih memuaskan.

PT Bank Mandiri Taspen merupakan lembaga yang bekerja sama dengan PT Taspen dalam mengelola dana pensiun. PT Bank Mandiri Taspen mengembangkan produk keuangan yang dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu produk dana, produk kredit dan produk layanan. Produk dana yaitu seperti: tabungan, deposito dan giro, produk kredit seperti: kredit usaha rakyat, kredit retail dan kredit pensiun, serta produk jasa seperti: layanan pembayaran, bank garansi dan *transfer*.

Kemunculan PT Bank Mandiri Taspen memang dikenal sebagai salah satu lembaga keuangan yang menawarkan produk kredit pra pensiun. Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 menjadi landasan hukum tentang produk kredit kepada pensiunan yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji yang diterima oleh pensiunan setiap bulannya.

Salah satu produk kredit yang ditawarkan oleh PT Bank Mandiri Taspen adalah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) yang merupakan fasilitas kredit yang diberikan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS), Anggota TNI/POLRI dan Pegawai Sipil TNI/POLRI yang akan memasuki Batas Usia Pensiun (BUP) dan dilanjutkan ke masa pensiun agar dapat membantu mempersiapkan dana pensiun dengan lebih baik. PT Bank Mandiri Taspen mempunyai tagline "Tiada Kata Pensiun Untuk

Berkarya" yang artinya agar para pensiunan/pra pensiunan lebih produktif di masa tuanya.

Tujuan diadakannya produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) adalah untuk membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dihari tua dan membantu memenuhi kebutuhan para pra pensiunan yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya, oleh karena itu produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) ini dapat membantu para pra pensiunan. Jumlah nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) periode tahun 2019-2023 pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 1.1 Jumlah Nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

No	Tahun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	2019	15	3	18
2.	2020	15	10	25
3.	2021	29	12	41
4.	2022	22	14	36
5.	2023	2	1	3
Jumlah nasabah KMPP dari tahun 2019-2023				123

Sumber: PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

Tabel di atas menunjukkan jumlah nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung pada tahun 2019-2023. Pada tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 18 nasabah dengan nasabah laki-laki 15 dan perempuan 3, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2020 dengan jumlah nasabah sebanyak 25 nasabah dengan nasabah laki-laki 15 dan perempuan 10, meningkat kembali pada tahun 2021 sebanyak 41 nasabah dengan nasabah laki-laki 29 dan perempuan 12, pada tahun 2022 mengalami penurunan jumlah nasabah menjadi 36 nasabah dengan nasabah laki-laki 22 dan perempuan 14 serta pada tahun 2023 terjadi penurunan yang sangat drastis menjadi 3 nasabah dengan nasabah laki-laki 2 dan perempuan 1. Total jumlah nasabah selama tahun 2019-2023 adalah sebanyak 123 nasabah. Jadi dilihat dari tabel data jumlah nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) diatas, bahwa pada tahun 2019-2021 jumlah nasabah KMPP mengalami peningkatan, namun pada tahun 2021-2023 jumlah nasabah KMPP mengalami penurunan yang sangat drastis. Selain fokus pada strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP), pihak PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung juga harus dapat mengantisipasi hambatan yang mungkin akan muncul dalam pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian salah satu produk yang menjadi kekuatan PT Bank Mandiri Taspen dengan mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung**”.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung?
2. Apa saja hambatan serta solusinya dalam strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

2. Untuk mengetahui hambatan serta solusinya dalam strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
 - b. Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman sehingga siap terjun ke dunia kerja.
 - c. Untuk meningkatkan pemahaman terhadap kondisi dan permasalahan yang terjadi pada perusahaan dengan membandingkan antara teori yang diterima di bangku kuliah dengan kenyataan yang dihadapi di lapangan.
2. Bagi Politeknik Negeri Bali
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan guna menyempurnakan kurikulum pendidikan yang disesuaikan dengan dunia kerja.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pustaka di perpustakaan.

c. Penelitian ini diharapkan menambah referensi dan digunakan sebagai acuan dalam penulisan ilmiah berikutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai salah satu bahan masukan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan di perusahaan serta saran yang mungkin berguna dalam pengambilan keputusan perusahaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung yang berlokasi di Jalan Untung Surapati Nomor 36 Klungkung, Bali.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Produk Kredit Mantap Pra Pensiun pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:6), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah,

bagan, gambar dan foto. Seperti misalnya sejarah perusahaan PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Data Primer

Menurut Waciko, K.J (2022:37), data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu badan/individu secara langsung dari objeknya. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi pengamatan lapangan. Contohnya adalah data hasil wawancara tentang strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) yang diterapkan oleh PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

2) Data Sekunder

Menurut Waciko, K.J (2022:38), data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Seperti misalnya data jumlah nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada tahun 2019-2023.

c. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1) Observasi

Menurut Bungin yang dikutip oleh Satori (2014:105), observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Observasi yang dimaksudkan adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti dan mencatat kegiatan dan data-data yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

2) Wawancara

Menurut Esterberg yang dikutip oleh Satori (2014:130), wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan karyawan bagian *Account Officer*

Pensiunan (AOP) PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329), dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah berupa pengambilan data jumlah nasabah Kredit mantap Pra Pensiun (KMPP) periode 2019-2023 dan pengambilan gambar dengan sasaran narasumber.

4. Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan maka akan dianalisis dengan teknik analisa deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (2013:28), penelitian deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada BAB IV maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dari produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung yang menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu 7P, seperti: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan penampilan fisik (*pyshical evidence*) belum sesuai dengan yang diharapkan karena praktik tersebut terdapat ketidaksesuaian dengan apa yang diharapkan sehingga adanya kesenjangan antara teori yang disampaikan dengan praktik di lapangan. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah nasabah Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) periode tahun 2019-2023 yang mengalami penurunan drastis pada tahun 2021 ke 2023. Perusahaan juga menggunakan beberapa strategi lainnya seperti, *visiting door to door* dan *personal selling*. Selain itu,

perusahaan juga melakukan kegiatan sosialisasi dan kerja sama dengan instansi pemerintah, sekolah dan yang lainnya.

2. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) antara lain, beberapa alamat calon nasabah sulit untuk diakses sehingga waktu tempuh yang diperlukan lebih lama, masih kurangnya media periklanan yang digunakan pada titik-titik keramaian dan persaingan antar bank lain yang menawarkan produk sejenis. Terdapat juga beberapa hambatan yang dialami calon nasabah antara lain, tidak adanya lanjutan dari pihak bank setelah diadakan sosialisasi dan proses pengajuan kreditnya terlalu panjang dan rumit. Dengan solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang ada antara lain, memastikan kembali alamat terkini calon nasabah, memperbanyak media periklanan yang digunakan dengan memasang spanduk atau baliho pada titik-titik keramaian serta meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan penawaran-penawaran menarik, mengunjungi dan mengkonfirmasi kembali calon nasabah yang mengikuti sosialisasi serta mempermudah pelayanan pada calon nasabah yang akan mengajukan kredit.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis ajukan, strategi pemasaran produk Kredit Mantap Pra Pensiun (KMPP) pada PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung menyesuaikan proses promosi dengan apa yang diharapkan sehingga tidak terdapat kesenjangan antara teori yang disampaikan dengan praktik di lapangan, sehingga calon nasabah atau nasabah tetap merasa nyaman dan senang. Selain itu, untuk menarik nasabah baru *Account Officer Pensiunan* (AOP) dapat lebih memanfaatkan perkembangan teknologi dengan sebaik-baiknya sebagai sarana pemasaran, karena melihat bahwa sebagian besar masyarakat saat ini telah menggunakan internet dan sosial media, menambah media pemasaran yang digunakan serta memperluas sasaran selain di Kabupaten Klungkung. PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Klungkung juga dapat menambah target sasaran selain PNS atau anggota TNI/POLRI, seperti: BUMN ataupun Pegawai Pariwisata yang akan pensiun.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahma, Nana Herdiana. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.
- Bank Indonesia. 1992. UU No. 10 tahun 1992, tentang Perbankan, Bab 1, Pasal 1, ayat (12). Jakarta.
- Bank Indonesia. 1998. UU No. 10 tahun 1998, tentang Perbankan. Jakarta.
- Bank Indonesia. 2008. Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS, tentang Kredit. Jakarta.
- Bank Mandiri Taspen. (2017). "Sekilas Perusahaan" <https://www.bankmandiritaspen.co.id/article/id-sekilas-perusahaan/id>. (Diakses tanggal 21 Maret 2021).
- Booms, B. and Bitner M. 1981. Marketing Strategies and Organization Structure for Service Firm. New York.
- Christensen, Clayton. 2016. Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice. Sydney: HarperCollins Publishers.
- Hamel, Gary. 2018. The end of bureaucracy. Harvard Business Review, 96(6), 50-61.
- Harper, Sarah. 2020. *How Population Change Will Transform Our World*. Genus.
- Hayani, Harahmi. 2012. Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi. Pekanbaru: Suska Press.

- Kasmir. 2016. Manajemen Perbankan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2016. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2. Jakarta: PT Indeks.
- Kredit Mantap Pra Pensiun. (2017). "Kredit Mantap Pra Pensiun"
<https://www.bankmandiritaspen.co.id/article/id-kredit-mantap-pra-pensiun/id>. (Diakses tanggal 20 April 2021).
- Kusumadmo, E. 2013. Manajemen Strategik Pengetahuan. Yogyakarta: Cahya Atma Pustaka.
- Manap, H. Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- McGrath, Rita. 2013. Transient advantage. Harvard Business Review, 91(6), 62-70.
- Mukhtar. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.
- Mulyadi. 2016. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Prawirosentono, Suyadi. 2001. Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus, Edisi Ketiga. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Ritson, Mark. 2021. Strategic Management, Journal of Chemical Information and Modeling. Neil Ritson & Ventus Publishing ApS.
- Tjiptono, Fandy. 2017. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Satori, Djam'an. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Suliyanto, 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sunyoto, Danang. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Buku Seru.
- Waciko, K.J. 2022. Statistik Bisnis (Aplikasi dengan SPSS). Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.