

STRATEGI PEMASARAN PADA PERUMDA BPR BANK JOGJA

Nabilla Saskia Fauzyah, Lilis Endang.,Dra.,M.Si.,Ak

Abstrak

Penulisan laporan praktik kerja ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang terdapat di Perumda BPR Bank Jogja. Selain itu, juga untuk memenuhi syarat akademik dalam mendapatkan gelar Ahli Madya pada program pendidikan D3 Akuntansi Universitas Teknologi Yogyakarta. Penulisan laporan ini menguraikan manfaat serta tujuan dari pelaksanaan praktik kerja (magang), diantaranya memahami jenis-jenis strategi yang dapat dilakukan perbankan dalam pemasaran dan memahami mengenai aktivitas periklanan yang terdapat pada Bank Jogja, serta memahami faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan pemasaran.

Diantaranya tingkat persaingan antar Bank Pengkreditan Rakyat di wilayah Kota Yogyakarta yang pertumbuhan jumlahnya semakin meningkat. Selain itu juga mengetahui penerapan teori yang diperoleh selama proses perkuliahan. Adapun tugas yang dikerjakan oleh mahasiswa magang diantaranya mempelajari produk dan layanan yang ditawarkan Bank Jogja kepada nasabah berdasarkan kebutuhan dan kemampuannya dan mengimplementasikannya kepada setiap nasabah yang membutuhkan informasi terkait syarat dan ketentuan untuk dapat mengambil suatu layanan pada Bank Jogja. Turut serta dalam kegiatan rutin Bank Jogja dalam rangka meningkatkan kualitas layanan serta kedekatan terhadap masyarakat sehingga Bank Jogja dapat dikenal lebih luas.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, periklanan, implementasi.

MARKETING STRATEGY AT PERUMDA BPR BANK JOGJA

Nabilla Saskia Fauzyah, Lilis Endang., Dra., M.Si., Ak

Abstract

The writing of this work practice report aims to determine the marketing strategies contained in Perumda BPR Bank Jogja. In addition, it is also to fulfill the academic requirements in obtaining an Associate Expert degree in the D3 Accounting education program, Yogyakarta Technological University. The writing of this report outlines the benefits and objectives of implementing work practices (internships), including understanding the types of strategies that can be used by banks in marketing and understanding the advertising activities contained in Bank Jogja, as well as understanding the factors contained in the marketing environment.

Among them is the level of competition between Rural Banks in the Yogyakarta City area, which is increasing in number. In addition, they also know the application of the theory obtained during the lecture process. The tasks carried out by interns include studying the products and services offered by Bank Jogja to customers based on their needs and abilities and implementing them to every customer who needs information regarding the terms and conditions to be able to take a service at Bank Jogja. Participate in the routine activities of Bank Jogja in order to improve the quality of services and closeness to the community so that Bank Jogja can be known more widely.

Keywords: Marketing Strategy, advertising, implementation.