BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama penulis melaksanakan Kerja praktek di bank jabar cabang Cianjur penulis di tempatkan di bagian Pemasaran Kredit. Kredit merupakan pinjaman jangka pendek dan jangka panjang yang diberikan untuk nasabah memulai usaha. Selain itu juga ada berbagai macam kredit yang di berikan PT Bank jabar salah satunya kredit Mikro,Makro dan juga kredit investasi.Disamping itu kredit dapat membantu perkembangan pada bank jabar itu sendiri dan juga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah kepada bank itu sendiri.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kuliah kerja praktek dilaksanakan dalam kurun waktu selama satu bulan atau tiga puluh hari kerja dan terhitung mulai tanggal 05Juli 2010 s/d 05 Agustus 2010. Adapun hari kerja yang diberikan oleh PT. Bank Jabar Cabang Cianjur yaitu mulai hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja adalah hari Senin s/d Jumat mulai jam 07.15-16.30 WIB.

Adapun metode kerja praktek yang penulis lakukan pada bagian pemasaran kredit adalah sebagai berikut :

1. Terjun langsung ke lapangan dan membantu pekerjaan harian karyawan yang ada di bagian kredit pemasaran
2. Mengecek data nasabah yang akan mengajukan permohonan kredit di Bank jabar..
3. Menginput data nasabah kedalam komputer yang telah melalui proses pertimbangan.

3.3 Hasil Pelaksanaan kerja praktek

3.3.1 Pelaksanaan Bauran Promosi PT. Bank Jabar Cabang Cianjur

Bauran promosi yang dilakukan PT. Bank Jabar Cabang Cianjur dilaksanakan secara terpusat, dimana semua kegiatan promosinya berdasarkan persetujuan dari pusat. Semua itu dilakukan supaya tidak terjadi bentrok dengan promosi yang diadakan oleh Bank Jabar cabang lainnya. Bauran promosi yang dilakukan PT. Bank Jabar bertujuan untuk mendapatkan nasabah yang diharapkan sesuai dengan misi serta budaya PT. Bank Jabar.

Dengan adanya tujuan tersebut maka PT. Bank Jabar berusaha mewujudkannya melalui pelaksanakan Bauran Promosi, semua itu merupakan usaha supaya dapat lebih mengenalkan produk-produknya kepada nasabah, yang dilakukan dengan cara :

1. Periklanan

PT. Bank Jabar melakukan promosi dengan menampilkan iklan di berbagai media cetak maupun elektronik seperti iklan di televisi (STV, TV Bandung), iklan di radio (Dahlia FM, Mara fm),iklan di koran (Pikiran rakyat, Tribun Jabar),memasang spanduk-spanduk Serta membagikan brosur-brosur yang menarik kepada nasabah yang menjelaskan tentang produk-produk yang terdapat di PT. Bank Jabar.

2. Promosi Penjualan

Adapun Promosi penjualan yang dilakukan PT. Bank Jabar yaitu dengan mengadakan undian berhadiah pada setiap produk yang ditawarkan, seperti terdapat undian berhadiah pada tabungan simpeda yang diundi secara berkala, dan para nasabah bisa mendapatkan peluang besar karena dalam setahun dilakukan dua kali pengundian, selain itu juga PT. Bank Jabar selalu mengadakan promo dengan membagikan hadiah yang menarik seperti mobil dan sepedah motor kepada nasabah melalui tabungan dan deposito perorangan dengan minimal saldo Rp. 1.000.000.00 yang diundi pada setiap triwulan. Selain undian berhadiahnya yang menarik, PT. Bank Jabar juga selalu memberikan cendramata kepada nasabah, serta selalu mengadakan pameran dalam memperkenalkan produk dan jasa-jasa pelayanan yang terdapat pada PT. Bank Jabar.

3. Humas dan Publisitas

Untuk dapat mempertahankan citra perusahaan PT. Bank jabar selalu mengadakan seminar dan kerjasama dengan berbagai perusahaan dan kampus-kampus dalam pembayaran uang kuliah, selain itu juga kepedulian PT. Bank Jabar terhadap sesama dapat dilihat dari Bank Jabar peduli sunami di Aceh, Bank Jabar peduli pendidikan. Selain itu juga PT. Bank Jabar selalu ikut mensponsori kegiatan-kegiatan olah raga, keagamaan dll.

4. Pemasaran Langsung

Untuk dapat memberikan kemudahan serta kenyamanan kepada nasabahnya PT. Bank Jabar berusaha memberikan kemudahan kepada nasabah dengan melakukan pengiriman surat tentang perkembangan produk baru, serta adanya *website* yang dapat mempermudah nasabah dalam pencarian informasi mengenai PT. Bank Jabar melalui internet.

3.3.2.Hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan bauran promosi

PT.Bank Jabar Cabang Cianjur Mempunyai beberapa hambatan dalam pelaksanaan bauran promosinya salah satunya yang penulis ketahui selama hasil kerja praktek adalah sebagai berikut :

1) Kurangnya tenaga Sumber daya ahli pemasaran dalam mengidentifikasi nasabah dan mempromosikan produk pada konsumen.

2) Sering terjadinya kredit macet dari nasabah akibat kurangnya pemantauan dari pusat dan bagian pemasaran itu sendiri sehingga banyak nasabah yang lari dari kewajiban pembayaran kredit dan menyisakan hutang.
3) Bagian pemasaran tidak terlalu gencar dalam melaksanakan promosi akibat kurangnya tenaga ahli pemasaran sehingga calon nasabah yang ada di plosok desa kurang mengenal produk yang ada pada PT Bank Jabar.
4) Jumlah pengeluaran dan penerimaan kredit tidak sebanding dengan apa yang ditargetkan karena banyaknya nasabah yang macet dalam pembayaran kredit.
5) Banyaknya pesaing dari perbankan lainnya dan menawarkan bunga yang lebih rendah kepada calon nasabah.