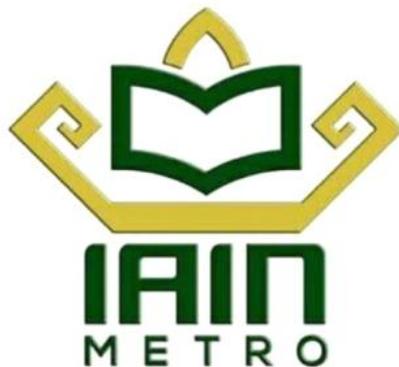


TUGAS AKHIR

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMASARAN PRODUK DALAM
PENINGKATAN BISNIS DI BANK LAMPUNG KANTOR CABANG
BANDAR JAYA LAMPUNG TENGAH**



Disusun Oleh:

**NUR HANDAYANI
NPM. 1602080039**

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/ 2019 M**

ABSTRAK

FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI PEMASARAN PRODUK DALAM PENINGKATAN BISNIS DI BANK LAMPUNG KANTOR CABANG BANDAR JAYA LAMPUNG TENGAH

OLEH :

NUR HANDAYANI
NPM. 1602080039

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran guna meningkatkan bisnis. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Temuan penelitian ini ialah terdapat dua faktor yang mempengaruhi pemasaran produk Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang dari luar bank seperti Kondisi Pasar, sedangkan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam perusahaan seperti kondisi dan kemampuan penjual, modal, kondisi organisasi perusahaan, promosi. Faktor yang paling dominan dalam pemasaran produk yaitu faktor internal. Hal ini disebabkan oleh faktor internal dalam hal pelayanan dan kepercayaan di Bank Lampung. Dalam hal pelayanan Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya terhadap calon nasabah kurang baik hal ini menyebabkan penurunan yang cukup signifikan terhadap jumlah nasabah kredit pada setiap tahunnya, sedangkan dalam hal kepercayaan di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya para calon nasabah maupun nasabah tetap kurang percaya terhadap para karyawan terutama khususnya pada bidang pemasaran. Hal ini disebabkan sering terjadi kehilangan dokumen penting yang dijadikan jaminan para nasabah untuk mengajukan pinjaman ke Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya sehingga kepercayaan calon nasabah maupun nasabah tetap mengalami penurunan terhadap Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya. Selain itu, jumlah nasabah kredit setiap tahunnya mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Kesimpulannya dalam pelaksanaan pemasaran produk para karyawan harus meningkatkan kinerja pelayanan dan kepercayaan terhadap para calon nasabah maupun nasabah tetap.

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : **FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI
PEMASARAN PRODUK DALAM PENINGKATAN
BISNIS DI BANK LAMPUNG KANTOR CABANG
BANDAR JAYA LAMPUNG TENGAH**

Nama : **Nur Handayani**

Npm : 1602080039

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan Fakultas dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Desember 2019

Pembimbing I



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 3650/11-28.3/D/PP.00.9/12/2019

Tugas Akhir dengan judul : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMASARAN PRODUK DALAM PENINGKATAN BISNIS DI BANK LAMPUNG KANTOR CABANG BANDAR JAYA LAMPUNG TENGAH** disusun oleh Nama : Nur Handayani, NPM : 1602080039, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada hari/tanggal: Rabu/ 18 Desember 2019

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator : Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

Penguji 1 : Suci Hayati, S.Ag., M.S.I

Penguji 2 : M. Hanafi Zuardi, M.S.I

Sekretaris : Nurul Mahmudah, M.H



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 99720923 200003 2 002

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Handayani

NPM : 1602080039

Prodi : D3 Perbankan Syariah

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya tersebut dalam daftar pustaka.



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa : 29)

PERSEMBAHAN

1. Ayahanda dan Ibunda (Bapak Jumanto dan Ibu Wastiti) yang senantiasa mendo'akan ananda baik dalam moril maupun materi dan selalu mencurahkan kasih sayang, motivasi, perhatian yang tidak terbatas untuk ananda. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan kasih sayang kepada mereka.
2. Kakak ku dan adikku tersayang yang selalu memberikan motivasi untuk menjadi sosok adik yang sopan dan patuh kepada kakaknya dan sosok kakak yang menjadi tuntutan untuk adiknya.
3. Almamater IAIN Metro tempatku menggali ilmu dan mempertajam intelektual yang ku banggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis hanturkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, baik kesehatan jasmani maupun kesehatan dalam berfikir sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Dalam Peningkatan Bisnis Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah”.

Shalawat serta salam saya hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dengan perantara beliau kita dapat mengenal mana yang baik dan mana yang buruk dalam Islam.

Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga (D3) Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Metro guna memperoleh Sarjana Ahi Madya (Amd).

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari pihak. Oleh karena itu, tidak lepas penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.AgselakuRektor IAIN Metro
2. Dr. WidhiyaNinsiana, M.HumselakuDekanFakultasEkonomiBisnis Islam serta pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun Tugas Akhir ini.

3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
4. Semua pihak Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah yang telah membantu memberikan fasilitas dan meluangkan waktunya.
5. Ayahanda dan Ibunda (Bapak Jumanto dan Ibu Wastiti), dan keluarga besar yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai pada waktunya.
6. Sahabat terbaik dan teman-teman seperjuangan D-III Perbankan Syariah.
7. Semua pihak yang turut membantu serta berpartisipasi sehingga terselesaikan Tugas Akhir ini yang tidak dapat dituliskan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulis Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Untuk itu diperlukan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat untuk banyak pihak dalam memahami ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Desember 2019
Penulis



Nur handayani
NPM. 1602080039

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
D. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis dan Sifat Penelitian	7
2. Sumber Data.....	8
3. Metode Pengumpulan Data	10
4. Teknik Analisis Data.....	13
E. Sistematika Pembahasan	13

BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Faktor Pemasaran Produk	16
1. Definisi Pasar dan Pemasaran	16
2. Definisi produk.....	18
3. Definisi Faktor Pemasaran Produk.....	19
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran	20
B. Landasan dan Hukum Bank	23
C. Fungsi Pemasaran.....	25
D. Konsep Inti Pemasaran.....	26
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
F. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	30
G. Cara Meningkatkan Bisnis	32
BAB III PEMBAHASAN	35
A. Sejarah Singkat Bank Lampung KC Bandar Jaya.....	35
B. Visi dan Misi Bank Lampung KC Bandar Jaya	37
C. Struktur Organisasi Bank Lampung KC Bandar Jaya.....	38
D. Produk-produk SimpananBank lampung KC Bandar Jaya.....	41
1. Produk simpanan (<i>fundimg</i>).....	41
2. ProdukPenyaluran Dana (<i>Lending</i>).....	53
E. Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Dalam Peningkatan Bisnis di Bank Lampung KC Bandar Jaya.....	56
F. Kualitas Pelayanan di Bank Lampung KCBandar Jaya	64
G. Cara Meningkatkan Bisnis Di Bank Lampung KC Bandar Jaya	65
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpulan Data
2. Surat Keputusan Bimbingan Tugas Akhir
3. Formulis Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Brosur

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan 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 orang banyak.¹ Dalam penjelasan pengertian bank dijelaskan bahwa bank perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, artinya usaha perbankan yang berkaitan masalah bidang keuangan.²

Adapun pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan pada Bab 1 dan pasal 1 ayat 2 dijelaskan bahwa, bank ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun pada ayat 1 dijelaskan tentang definisi perbankan, perbankan ialah segala sesuatu yang menyangkut kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan lainnya.³

¹Lihat definisi Bank dalam Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan

²Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2000).hlm.12

³Irfam Fahni, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: ALFABETA , 2014). Hlm. 2

Setiap bank dituntut untuk selalu tetap menjalankan usahanya serta menata manajemennya dengan baik. Tujuan dasar mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya.

Menurut ahli dunia Philip Kotler pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan serta menukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁴ Dalam memasarkan produk ada dua jenis produk yang dipasarkan yaitu produk menghimpun dana (*funding*) dan produk penyaluran dana (*leanding*).⁵ Cara memasarkan produk dalam peningkatan pemasaran terkenal dengan istilah bisnis dengan tujuan mencari laba yang dapat dikenal dengan istilah untung atau rugi, Setiap keputusan bisnis ditekankan sekali pada perolehan keuntungan yang maksimal termasuk mampu memberi kepuasan kepada para pemegang saham. Para pemegang saham ialah mereka yang disebut dengan pemilik (*owner*) perusahaan dan manajemen perusahaan ialah mereka yang bekerja untuk memberi kepuasan maksimal kepada para pemegang saham.⁶

Ada dua faktor dalam pemasaran yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat didalam pemasaran. Faktor pendukung yaitu faktor manusia, faktor keuangan, dan faktor permodalan, sedangkan faktor penghambat yaitu

⁴Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014). Hlm 171

⁵*Ibid*, Hlm 133

⁶ Irfam Fahni, *Etika Bisnis*, (Bandung : ALFABETA, 2013). Hlm. 28

faktor organisasi, faktor perencanaan faktor mengatur bisnis. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemasaran produk yaitu kondisi dan pembisnis dalam memasarkan produk, kondisi pasar yang dipasarkan, modal pemasaran, kondisi organisasi di perusahaan dan faktor lain selain adanya faktor pendukung ada juga faktor penghambat yaitu Sulitnya mencari nasabah merupakan masalah tersendiri bagi perbankan khususnya dibidang pemasaran produk. Faktor-faktor tersebut disebabkan dengan banyak hal seperti nasabah sudah memiliki *Account* di bank lain, kesibukan nasabah yang sulit ditemui dan masalah kurangnya pengetahuan produk. Untuk mengatasi masalah tersebut pemasaran produk baik barang atau jasa menciptakan kebutuhan para nasabah dan keinginan para nasabah.⁷

Berdasarkan hasil prasurvey lapangan bahwa Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya dalam memasarkan produk masih terdapat beberapa kendala yaitu, kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah tetap di Bank Lampung Kantor cabang Bandar Jaya. Dalam memasarkan produknya pihak bank telah melakukan berbagai cara, seperti penyebaran brosur, spanduk, melalui radio, pameran, serta para karyawan langsung mendatangi rumah para calon nasabah, dan produk yang di tawarkan ialah Produk simpanan (*fundimg*) yang terdiri dari Kredit usaha rakyat, Kredit kur, Kredit pra pensiun, kredit

⁷Wawancara Adelfira Rizqi pada Jum'at tanggal 22 Februari 2019, selaku AO Bank Lampung Bandar Jaya

pantas pegawai aktif sedangkan Produk Penyaluran Dana (*Leanding*) seperti giro, deposito, tabunganku, tabungan simpeda, simpanan pelajar (*simple*).⁸

Merujuk pada nasabah diatas bahwa kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pelayanan terhadap masyarakat, dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk yang dipasarkan.⁹ Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah pada tahun 2016 sd 2018 jumlah nasabah kredit mengalami penurunan dalam setiap tahunnya. Untuk mengetahui penurunan jumlah nasabah dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Kredit Bank Lampung KC Bandar Jaya

Tahun 2016-2018¹⁰

NO	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	6030
2	2017	5824
3	2018	4596

Menurut tabel diatas bahwa pada tahun 2016 Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya mengalami peningkatan nasabah yakni sekisaran 6030

⁸Wawancara Bapak M. Budi Mulyawan pada hari Jum'at tanggal 15 Maret 2019, selaku Spv. Bisnis Bank Lampung KC Bandar Jaya

⁹Wawancara Ibu W.N pada hari Rabu tanggal 11 Oktober 2019, selaku Nasabah Bank Lampung KC Bandar

¹⁰Dokumentasi dari Bapak M.Budi Mulyawan 15 Juli 2019, selaku Spv. Bisnis di Bank Lampung KC Bandar Jaya.

nasabah, akan tetapi tahun 2017 mengalami penurunan 206 nasabah sedangkan jumlah nasabah tahun 2017 yaitu 5824 nasabah dan pada tahun 2018 mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 1228 nasabah sedangkan jumlah nasabah pada tahun 2018 yaitu 4596 nasabah. Berbagai cara dan strategi yang telah dilakukan Bank Lampung dalam meningkatkan bisnis mereka demi mempertahankan nasabah yang lama dengan menjangkau nasabah baru salah satunya dengan menerapkan pelayanan dan penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah terutama dalam mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan. Di Bank Lampung masih menggunakan cara yang tradisional dan terbatas dengan wilayah sekitar saja belum terdapat pemasaran secara online dan lebih meluas dalam memasarkan produknya. Sehingga para nasabah kurang memahami produk dan kesulitan dalam mencari informasi tentang produk yang dipasarkan.

Dari permasalahan diatas perlu adanya pemasaran secara online yang dapat membantu penyampaian informasi yang lebih luas tentang produk Bank Lampung. Selain melalui pemasaran secara online pada konsumen dapat melihat informasi secara detail tentang produk Bank Lampung serta menjelaskan bagaimana melakukan kegiatannya.¹¹

Pada penjelasan sebelumnya maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ *Faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam*

¹¹Wawancara Bapak Yoki Satria pada hari Jum'at 1 Maret 2019, selaku Marketing Produk dan Jasa Bank Lampung KC Bandar Jaya

peningkatan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah”

B. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang masalah diatas, peneliti mengemukakan pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya penurunan pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung Kator Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Upaya penelitian yang peneliti lakukan ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

- a. Bagi peneliti mendapat pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara insentif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial.¹² Adapun pengertian dari penelitian tersebut yaitu mempelajari faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung KC Bandar Jaya.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang meliputi penilaian sikap atau pendapat pada setiap individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur.¹³ Data- data yang diperoleh akan diinterpretasikan dalam bentuk paparan atau analisa sehingga penulis dapat memberikan kesimpulan pada penelitian ini.

2. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

¹²Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ramayana Pres dan STAIN Metro, 2008). hlm. 17.

¹³Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003). Hlm. 8

a. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.¹⁴ Sedangkan menurut Sugiyono sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁵ Dimana sumber data primer diperoleh secara langsung dari responden yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun sumber data primer yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian di Bank Lampung yaitu :

- 1) Supervisor Bisnis Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya
- 2) Funding Officier Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya
- 3) Account Officier Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya
- 4) Nasabah Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

Dalam sumber data primer adapun indikator yang digunakan dalam penentuan responden adalah :

- 1) Berusia 25-45 tahun.
- 2) Sehat jasmani dan rohani
- 3) Mereka yang paham dengan produk Bank Lampung Kantor Bandar Jaya

¹⁴Mudrajad Kuncoro, *Ibid.*, hlm.127

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. 19, h. 225.

- 4) Mereka yang pernah melakukan transaksi pada produk Bank Lampung Bandar Jaya

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder, data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer.¹⁶ Sedangkan menurut Nasution, bahan sekunder adalah hasil pengumpulan oleh orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai katagorisasi dan klasifikasi menurut keperluan mereka. Klasifikasi itu mungkin tidak sesuai bagi keperluan peneliti dan karena itu harus menyusunnya kembali menurut kepentingan masalah yang dihadapi.¹⁷ Sumber data sekunder diperoleh dari sumber peneliti dengan mempelajari referensi yang memiliki hubungan dengan sasaran penelitian. Baik dari brosur-brosur, situs internet dan buku-buku yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis yang mendukung penelitian ini. Sumber sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu dokumen-dokumen resmi PT Bank Lampung KC Bandar jaya dan buku yang digunakan untuk menunjang hasil dari penelitian ini ialah buku-buku seperti:

¹⁶P.Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004). Hlm.88

¹⁷Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h.143.

- 1) Irfam Fahmi, Etika Bisnis
- 2) Irfam Fahmi, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya

3. Metode Pengumpulan Data

Sehubung dengan penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Pembangunan Daerah Lampung KC Bandar Jaya Lampung Tengah mengenai Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Dalam Peningkatan Bisnis, peneliti menggunakan metode pengumpulan data diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara ialah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan produsen. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi secara verbal.¹⁸

Ada dua jenis wawancara yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur (bebas). Wawancara berstruktur dilakukan dengan semua pertanyaan telah dirumuskan sebelumnya dicermat, biasanya secara tertulis, pewawancara dapat menggunakan daftar pertanyaan itu sewaktu melakukan interview ituatau jika menghafalnya diluar kepala agar percakapan menjadi lancar dan wajar. Jawaban atas pertanyaan itu juga telah ditentukan lebih dahulu secara pilihan berganda. Sedangkan wawancara tak berstruktur (bebas) dalam wawancara ini tidak

¹⁸W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta : PT Grasindo, 2002).h.119

dipersiapkan daftar pertanyaan sebelumnya, pewawancara ini hanya menghadapi suatu masalah secara umum.¹⁹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara tak berstruktur (bebas) dalam mencari informasi pemasaran produk di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah. Wawancara ini dilakukan oleh karyawan yang memahami tentang pemasaran produk Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya yaitu Bapak M. Budi Mulyawan dan staff pemasaran yakni Adelfira Rizqi, dan Marketing Yoki satria dan Lusiana serta nasabah Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya yang menggunakan salah satu produk Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya untuk memperoleh informasi faktor apa yang menyebabkan terjadinya penurunan pemasaran produk dalam peningkatan bisnis.

b. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan (Observasi) ialah metode pengumpulan data di mana peneliti mencatat informasi sebagaimana mereka saksikan dalam penelitian.²⁰ Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengarkan, merasakan, yang kemudian dicatat subyektif mungkin.

Dalam Tugas Akhir ini, peneliti menggunakan observasi non-sistematis yakni dengan mengamati dengan menggunakan instrumen pengamatan. Hal ini berarti observasi digunakan untuk melengkapi data-

¹⁹*Ibid*,h.117-119

²⁰*Ibid*,h.116

data hasil wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi langsung maksudnya pengamatan dilakukan dengan menggunakan indra penglihat tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Seperti mengamati faktor-faktor pemasaran yang ada di Bank Lampung dari mulai proses pemasaran produk serta pengajuan produk kepada calon nasabah di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

c. Dokumentasi

Dokumen ialah laporan-laporan dari kejadian yang berisi pandangan serta pemikiran-pemikiran manusia di masa lalu. Dokumen tersebut, secara sadar dan ditulis untuk tujuan komunikasi dan transmisi keterangan.²¹ Yang dilakukan dengan membaca berbagai data yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk mendapatkan dan melengkapi data-data secara teoritis yang erat hubungannya dengan hal-hal yang sedang diteliti melalui buku-buku yang relevan dengan topik yang diteliti. Peneliti menggunakan dokumentasi website resmi dari Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya dalam mencari informasi tentang sejarah Bank Lampung, Visi dan Misi, serta jenis produk-produk serta syarat dalam pengajuan produk di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

²¹Moh Nazir, *Metode penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011). Hlm.49

4. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.²²

Metode penelitian kualitatif ialah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, maksudnya sumber data atau suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang.²³

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menganalisa data, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data sekunder dan sumber data primer. Data tersebut menggunakan cara berfikir induktif, sehingga peneliti menganalisa data yang berkaitan dengan Faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dapat diartikan sebagai susunan atau urutan dalam penulisan karya ilmiah supaya dipahami oleh pembacanya. Pembahasan

²²Abduruohman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011). Hlm. 105

²³Moh nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011). Hlm.54

Tugas Akhir, dibagi dalam empat bab dan setiap bab terdapat sub-sub bab. Adapun sistematika pembahasan Tugas Akhir ini sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas landasan teori yang berkaitan dengan pemasaran produk yaitu, Faktor Pemasaran Produk, Landasan dan Hukum Bank, Fungsi Pemasaran, Konsep Inti Pemasaran, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), dan Cara meningkatkan bisnis.

Bab III Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan yang berkaitan dengan gambaran umum Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah, visi dan misi, struktur organisasi, produk-produk Bank Lampung, faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang bandar Jaya, dan cara meningkatkan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

Bab IV Penutup

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat disampaikan oleh peneliti dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Faktor Pemasaran Produk

1. Definisi Pasar dan Pemasaran

Pasar pada dasarnya merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, maksudnya sebagai kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga dengan demikian berbentuk harga. Tujuan dari pengkelompokan ini untuk menentukan perbedaan-perbedaan diantara pembeli, yang mungkin mengakibatkan preferensi (pemilihan) barang-barang yang mereka inginkan itu berbeda-beda pula.²⁴

Pengertian lain tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Pasar nyata merupakan himpunan konsumen yang mempunyai minat, pendapat, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Perbedaan antara kedua pasar ini sangat jelas. Jika dalam pasar nyata pembeli memiliki minat atau keinginan untuk membeli dengan didukung oleh akses dan pendapat. Sementara itu, dalam pasar potensial pembeli hanya memiliki minat, namun tidak didukung oleh kemampuan maupun akses untuk membeli, namun memiliki peluang untuk membeli dimasa yang akan datang apabila

²⁴Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). Hlm. 25-26

memiliki pendapat dan akses.²⁵ Jadi pasar merupakan pembeli dan penjual yang tidak harus bertemu disuatu tempat untuk melakukan transaksi, tetapi cukup melalui saran elektronik, seperti telepon, faksimile, atau melalui internet.

Apabila masyarakat berbicara pemasaran umumnya yang dimaksudkan ialah permintaan atau pembelian dan harga. Sedangkan apabila seorang penjual atau manajer penjualan berbicara mengenai pemasaran, sebenarnya yang dibicarakan ialah penjualan. Bagi seorang manajer toko serba ada, pemasaran diartikannya sebagai kegiatan penegeran (*retailing*) atau penjajakan (*merchandising*). Dari uraian diatas terlihat bahwa istilah pemasaran yang di bicarakan sebenarnya penafsirannya terbatas hanya satu bagian dari kegiatan pemasaran yang menyeluruh. Pada dasarnya pembatasan diatas ruang lingkup kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan usaha untuk menyerahkan barang atau jasa yang dihasilkan pada suatu tingkat harga yang dapat memberikan keuntungan kepadanya.

Definisi American Marketing Association 1960, yang menyatakan pemasaran ialah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen, dalam penafsiran ini ada pemasaran secara meluas yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang harus dibuat jauh sebelum barang-barang/atau bahan-bahan masuk dalam proses produksi. Dalam hal ini banyak keputusan pemasaran sebelum produk itu dihasilkan. Secara sempit pengertian pemasaran menyebabkan banyak pengusaha atau dunia usaha masih berorientasi pada produk atau berfikir

²⁵Kasmir, *Ibid.*, Hlm.168-170

dari segi produksi maksudnya mereka lebih menekankan produk apa yang dihasilkan, bukan produk apa yang dihasilkan.²⁶

Aktivitas pemasaran telah berkembang maju sejalan dan mengikuti dengan tahap perkembangan ekonomi. Dalam pemasaran yang maju, maka kegiatan pemasaran didefinisikan bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan dari perusahaan yang sangat erat berhubungan dengan pasar. Kegiatan tersebut yaitu: mengetahui kebutuhan dan minat pasar, menciptakan dan menjamin adanya produk yang memenuhi kebutuhan pasar, dan menciptakan dan memelihara pasar dari produk.²⁷

2. Definisi Produk

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan. Pelanggan artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Menurut Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian secara luas, produk ialah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Maksudnya, produk mencakup apa saja yang bisa

²⁶Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002). hlm. 2-3

²⁷Mursid, *Ibid*, hlm. 30-32

dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan.²⁸

Dalam praktiknya produk terdapat dua jenis, yaitu produk yang berkaitan dengan fisik atau benda yang berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dilihat dan diraba. Contohnya meja, kursi, rumah, mobil, dll. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut dengan jasa. Jasa merupakan sesuatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh atau pihak ke pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Produk yang diinginkan para calon nasabah baik yang berwujud atau tidak berwujud ialah produk yang pasti berkualitas tinggi. Artinya, produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang mempunyai kualitas tinggi akan memberikan keuntungan baik dalam jangka waktu panjang maupun dalam jangka waktu pendek.²⁹

3. Definsi pemasaran produk

Pengertian pemasaran tidak lain dengan suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau, dapat dikatakan dengan arus

²⁸Sudaryono, *Ibid.* 207

²⁹Kasmir, *Ibid.*, hlm. 216-218

penyerahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.³⁰ Sedangkan produk merupakan sesuatu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen.

Kemungkinan bahwa pemasaran produk merupakan sesuatu yang penting dalam perusahaan untuk menentukan performa suatu perusahaan. Dalam pemasaran produk terdapat strategi pemasaran produk yang merupakan kegiatan yang harus dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk secara lebih meluas kepada masyarakat dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi pemasaran Produk terbagi menjadi dua factor antara lain :

a. Faktor Internal

Faktor internal ialah kegiatan perusahaan yang dapat dikendalikan. Artinya untuk mencapai tujuan dan menjalankan strategi pemasaran, pemasaran mampu melakukan pengendalian atau pengaturan atas operasi kegiatan-kegiatan tersebut seperti yang dikehendaki perusahaan. Lingkungan internal bersifat universal meliputi keseluruhan fungsi-fungsi yang dilakukan setiap bisnis. Adapun macam-macam faktor internal sebagai berikut :

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual

³⁰M. Mursid, Ibid., hlm.26

sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan

b. Harga produk

2) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan, apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu barangnya ke tempat pembeli.

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

4) Promosi

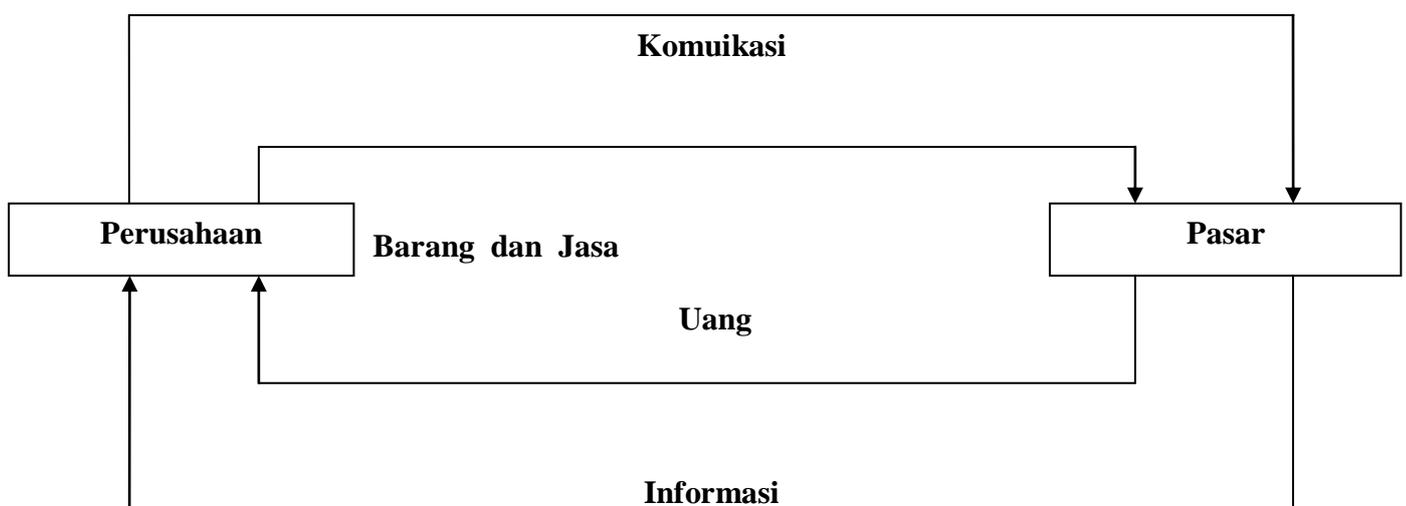
Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

b. Faktor Eksternal :

Faktor eksternal hanya memfokuskan pada kondisi pasar. Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun factor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu kelompok pembeli atau segmen pasarnya, serta keinginan dan kebutuhan³¹

Oleh sebab itu sistem pemasaran merupakan kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa, idea, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya.³²Berikut contoh pemasaran secara sederhana.

BAGAN 2 SISTEM PEMASARAN SEDERHANA



Terdapat empat jalur dalam pemasaran sederhana ini :

³¹Swastha Basu Dan Irawan, "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta. Liberty. 2003. Hlm. 118

³²Mursid, *Ibid*, hlm. 8

- a. Perusahaan memberikan barang dan jasa ke pasar
- b. Komunikasi ke pasar
- c. Pasar memberikan uang ke perusahaan
- d. Pasar memberikan informasi ke perusahaan

B. Landasan dan Hukum Bank

Dasar hukum Bank konvensional sendiri sama dengan bank syariah yaitu mengacu pada Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 yang mengatur bahwa bank adalah tempat untuk menghimpun dana dalam bentuk simpanan yang kemudian disalurkan kepada masyarakat banyak yang tidak lain tidak bukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak untuk pemerataan ekonomi, untuk pemerataan pembangunan serta stabilitas nasional. Kemudian Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang mengatur bahwa bank berdasarkan kegiatan usahanya dibagi menjadi dua yaitu konvensional dan syariah. Undang-undang inilah yang menjadikan bank konvensional diakui dan diperbolehkan dalam melakukan kegiatan finansial.³³

Ada beberapa landasan hukum terkait bank konvensional, yakni meliputi kelegalan bank, jenis kegiatan, tugas dan tanggung jawab dan lainnya. Aturan-aturan tersebut tercantum dalam :

³³Lihat Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang mengatur bahwa bank berdasarkan kegiatan usahanya dibagi menjadi dua yaitu konvensional dan syariah.

1. UU No 7 tahun 1992

Dalam penerapannya bank konvensional bisa berjalan sebagai bank yang baik apabila berasaskan pada kekeluargaan. Dasar Hukum Bank Konvensional adalah Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 dimana inti dari isi undang-undang tersebut yaitu pengertian bank pada umumnya adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan dan yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Pada dasarnya bank konvensional fungsinya adalah berasaskan ekonomi dan kehati-hatian, karena disini tujuan bank konvensional sendiri adalah untuk pemerataan ekonomi masyarakat banyak dan menunjang stabilitas nasional.

2. UU No 10 tahun 1998

Ditinjau dari jenisnya sendiri bank konvensional dibagi menjadi dua yaitu bank umum konvensional dan bank perkreditan rakyat. Dasar hukum bank konvensional sendiri telah disempurnakan dari undang-undang nomor 7 tahun 1992 diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998. Perubahan ini dilakukan untuk membedakan bahwa bank berdasarkan kegiatan usahanya dibagi menjadi dua yaitu yang berasaskan konvensional dan berasaskan syariah.

C. Fungsi-fungsi Pemasaran

1. Fungsi pertukaran

Dengan pemasaran membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan produk.

2. Fungsi distribusi fisik

Distribusi fisik suatu produk yang dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen dengan mendekati konsumen dengan yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengkedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (*Klasifikasi*) produk.

Menurut Peter Drucker, seorang ahli manajemen mengatakan bahwa tujuan pemasaran ialah membuat agar penjual berlebih-lebihan mengetahui

serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanannya cocok dengan konsumen yang laku dengan sendirinya.³⁴

D. Konsep Inti Pemasaran

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan satu sama lain. Definisi ini berdasarkan dengan konsep pemasaran : (1) Kebutuhan, keinginan, dan permintaan, (2) Produk nilai, biaya, dan keputusan, (3) Pertukaran, transaksi, dan hubungan, (4) Pasar, (5) Pemasaran dan pemasar.

1. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan

Kebutuhan manusia merupakan keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Manusia membutuhkan makanan, perlindungan, pakaian, hak milik, harga diri dan beberapa hal lain untuk bisa hidup. Kebutuhan ini diciptakan oleh masyarakat atau pemasar, namun sudah terukir dalam hayat serta kondisi manusia. Keinginan merupakan hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut, walaupun kebutuhan mereka sedikit namun keinginan mereka banyak. Keinginan manusia dibentuk oleh kekuatan industri sosial seperti sekolah, keluarga dan perusahaan. Sedangkan permintaan ialah keinginan suatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membeli. Keinginan menjadi permintaan jika didukung oleh daya beli.

³⁴Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016). hlm.50

E. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing Mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing Mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang atau jasa. Khusus untuk barang dan jasa diperlukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat P, yaitu :

1. *Product* (produk)
2. *Price* (harga)
3. *Place* (tempat/saluran distribusi), dan
4. *Promotion* (promosi)

Sementara itu, Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, auran pemasaran disamping empat P seperti yang dikemukakan diatas, terdapat tiga P, yaitu:

1. *People* (orang)
2. *Physical Evidence* (bukti fisik); dan
3. *Process* (proses)

People, yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-

pelanggan yang lain yang ada dalam lingkungan pelayanan *people* meliputi kegiatan untuk karyawan seperti mulai kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

Physical Evidence atau bukti fisik terdiri dari adanya logo atau simbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.

Process atau proses merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan, atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan..

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk dan jasa jika digabungkan menjadi 7 P, yaitu:

1. *Product* (produk)
2. *Price* (harga)
3. *Place* (tempat/saluran distribusi), dan
4. *Promotion* (promosi)
5. *People* (orang)
6. *Physical Evidence* (bukti fisik); dan
7. *Process* (proses).

Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan antara lain

melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality*). Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui hal-hal berikut.

1. Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan (*service performance/perceived service*)
2. Jasa yang diharapkan pelanggan (*customer expectation*). Artinya apayang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang dibelinya.

Kemudian kualitas yang ditawarkan ditnetukan oleh berbagai faktor yang mempengaruhinya. Menurut beberapa ahli pemasaran paling tidak ada lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti nyata)

Artinya, jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti gedung kantor, ruangan, pakaian dan penampilan petugas karyawan, lokasi pelayanan srta fasilitas kantor.

2. *Emphaty* (empati)

Artinya, jasa yang berkualitas menakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan, kesediaan membantu nasabah, menangga[i setiap permintaan nasabah, kesopanan karyawan, pethatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.

3. *Realibility* (keandalan)

Artinya, jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada institusi, akurasi catatan nasabah dan kepercayaan nasabah kepada karyawan.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kecepatan pelayanan karyawan dan dukungan institusi karyawan.

5. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Artinya jasa yang berkualitas mencakup janji institusi kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi, dan kepastian jasa yang diberikan.³⁵

F. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya).

³⁵Kasmir, *Ibid.* hlm. 2013-2016

a. Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

b. Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap,yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

c. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

d. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman alas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

e. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.³⁶

³⁶Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yuliati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*, Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas

G. Cara Meningkatkan Bisnis

Dalam kehidupan masyarakat semakin hari semakin meningkat pengenalan manusia tentang alam sekitarnya, bertambah jumlah penghuni alam juga menipisnya persediaan kebutuhan manusia serta dengan timbulnya berbagai gangguan dan hambatan dalam hidup, maka manusia mulai menyadari akan pentingnya cara mengatasi kesulitan hidup yang mereka alami. Dengan perkembangan pola kehidupan ini maka kebutuhan manusia semakin meningkat, meliputi;

1. Kebutuhan jasmaniah : makan, minum, pakaian, rumah, dan istirahat.
2. Kebutuhan rohaniah : rasa aman, harga diri, dan penghiburan.
3. Kebutuhan sosial : kasih sayang dari sesama manusia, persahabatan, dan pengakuan orang lain.

Industri kreatif diproyeksikan menjadi sektor ekonomi dominan setelah perbankan dan industri pengelolaan. Industri kreatif merupakan industri yang didasarkan atas daya kreativitas yang tinggi dengan sentuhan inovasi guna menghasilkan produk yang baru yang berbeda dan yang berkualitas. Dengan produk-produk yang bermutu, unik, dan dengan pendekatan yang lebih dapat diterima konsumen, industri kreatif mampu mendorong peningkatan pendapatan dan perputaran ekonomi nasional.

Dalam meningkatkan pendapatan suatu perusahaan pastinya ada cara dalam meningkatkan bisnis agar kita dapat melakukan persaingan menjadi booster bagi bisnis kita untuk lebih maju karena dengan adanya persaingan,

maka akan membuat kita semakin tertantang untuk membuktikan bisnis kita yang terbaik. Berikut cara meningkatkan bisnis.

1. Membangun Kekuatan Merk. Merk (*Brand*) merupakan simbol seluruh informasi yang berkaitan dengan jasa dan produk. Merk biasanya terdiri dari nama, logo, dan seluruh elemen visual lain seperti gambar, tipografi, warna, dan simbol. Dengan adanya merk maka produk kita akan terkenal di masyarakat dan yang membedakan dengan produk orang lain.
2. Memberikan sesuatu yang beda setelah memiliki merk, maka kita akan memiliki sebuah faktor pembeda dengan bisnis lain.
3. Fokus pada target pasar. Fokuslah dengan segemen pasar yang menjadi target kita, maksudnya kita menarget masyarakat kalangan menengah maka sesuaikanlah produk kita dengan kemampuan masyarakat.
4. Pelanggan. Pelanggan merupakan raja, jika tidak ada pelanggan siapa yang akan membeli produk kita yang kita pasarkan dan kita harus bisa membuat sebuah produk yang dikenali dapat digunakan oleh para masyarakat.
5. Mengikuti trend yang ada. Maksudnya, trend seperti musim silih berganti dan terkadang kembali lagi. Akan tetapi, baiknya kita memasuki tren yang sedang heboh di masyarakat.
6. Buatlah sebuah kemitraan kerjasama dalam berbisnis adalah hal yang sering dilakukan para pengusaha, dan ini bisa menguntungkan bagi kita.

Seperti peningkatan saham/modal, atau bisa menuangkan sebuah ide baru untuk menciptakan jasa dan produk baru.

Dalam persaingan ada yang unggul dan ada pula yang tertinggal, akan tetapi dengan persaingan akan membuat kita semakin terpacu dan terus berkembang untuk membuat produk dan jasa unggulan dan terus memasarkan sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat.³⁷

³⁷Sudaryono, *Ibid.* hlm.209-2011

BAB III

PEMBAHASAN

A. Sejarah Bank Pembangunan Daerah Lampung

Pertama kali didirikan di Bandar Lampung dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, sebagaimana termaktub dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung No. 10A/1964 tanggal 1 Agustus 1964 tentang Pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. DES.57/7/31-150 tanggal 26 Juli 1965.

Dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas Sesuai Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Lampung No. 2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Dari Perusahaan Daerah (PD) Bank Pembangunan Daerah Lampung Menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Lampung, akta Pendirian PT Bank Pembangunan Daerah Lampung No. 5 tanggal 3 Mei 1999 dibuat di hadapan Soekarno, S.H., Notaris di Bandar Lampung telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. C-8261.HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. PT BPR Utomo Manunggal Sejahtera Lampung Cabang Bandar Jaya di Jl. Proklamator Raya No. 99, Kelurahan Bandarjaya Barat,

Kecamatan Terbanggibesar, LampungTengah, diresmikan. Ini merupakan kantor cabang Utomo Bank yang kesembilan.

Direktur Utama PT BPR Utomo Manunggal Sejahtera Lampung Rudy Hasanudin menyatakan ini kantor cabang ke-9. “Ini peresmian kantor cabang ke-9. Adanya kantor cabang ini diharapkan dapat membantu masyarakat dan dapat berkontribusi memajukan perekonomian masyarakat di Lamteng khususnya.Selain itu, kata Rudy, dengan kehadiran Kantor Cabang Utomo Bank ini bisa membantu keberadaan UMKM di Lamteng. “Mudah-mudahan kehadiran kami bisa membantu keberadaan UMKM di Lamteng.Kita bisa berkontribusi walaupun berupa kredit. Kita juga ucapkan terima kasih kepada OJK dan pemerintah daerah atas dukungannya sehingga kantor cabang ini bisa berdiri,” ungkapnya.Sedangkan Deputi Direktur Pengawasan OJK Lampung Aprianus Jhon Risnad mengucapkan selamat atas peresmian kantor cabang Utomo Bank ini. “Selamata atas peresmian kantor cabang baru ini. Mudah-mudahan bisa menjadi motor penggerak perekonomian di Lamteng.Aprianus berharap Utomo Bank bisa mengaktifkan produknya dan jangan menawarkan produk bodong. “Aktifkan produk-produknya.Jangan malah menawarkan produk-produk bodong kepada masyarakat.Bangun juga produk berbasis teknologi.

Diketahui bahwa PT BPR Utomo Manunggal Sejahtera Lampung yang berdiri 3 Maret 2008 dan beroperasi 1 April 2008 ini merupakan hasil peleburan atau konsolidasi empat BPR. Yakni PT BPR Langgeng Sewuarta, PT BPR Candimas Adipratama, PT BPR Sidomulyo Sarana Raharja, dan PT BPR Kota Liman.BPR ini berkantor pusat di Jl. Kartini No. 19, Tanjungkarang, Bandar

Lampung. Utomo Bank memiliki sembilan kantor cabang. Yakni di Pringsewu, Liwa, Kotabumi, Unit 2, Telukbetung, Baradatu, Sidomulyo, Metro, dan Bandar Jaya. BPR Utomo Manunggal Sejahtera Lampung telah berhasil mencapai prestasi sebagai BPR dengan kinerja keuangan Sangat Bagus selama 9 tahun berturut-turut dari tahun 2009 sampai dengan 2017 dari majalah Info Bank sehingga mendapatkan penghargaan Golden Award untuk tahun 2013, 2014, 2015, 2016, dan 2017 selain penghargaan tersebut BPR Utomo juga mendapat penghargaan IT Banking Excellence Award di tahun 2013 dari majalah Warta Ekonomi, dan penghargaan dari KPP Pratama Tanjung Karang Bandar Lampung sebagai Kontributor Pajak Terbesar tahun 2016.

B. Visi dan misi Bank Lampung Cabang Bandar Jaya

a. Visi

Menjadi Bank Regional Terkemuka dan Terpercaya di Lampung

b. Misi

- 1) Memenuhi kebutuhan Masyarakat akan jasa Perbankan
- 2) Memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional
- 3) FMempunyai daya saing tinggi
- 4) Tersedianya Sumber Daya Manusia yang berkualitas dengan memiliki kompetensi tinggi
- 5) Memiliki struktur permodalan yang kuat
- 6) Pengembangan Infrastruktur Informasi Teknologi

- 7) Meningkatkan kualitas pelayanan dan Corporate Image di masyarakat serta meningkatkan kualitas pengendalian intern
- 8) Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.³⁸

C. Struktur Organisasi

Organisasi ialah suatu kelompok orang dalam suatu wadah untuk bertujuan bersama organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, dipimpin dan terkendali dalam memanfaatkan sumber daya manusia yang ada dan digunakan secara efisien dan efektif untuk mencaapai tujuan organisasi.

Struktur organisasi ialah berupa susunan dari berbagai komponen atau unit kerja dalam suatu organisasi. Struktur organisasi lebih mengarah kepada pembagian kerja dan mengenai bagaimana fungsi dari berbagai kegiatan berbeda yang telah dikoordinasikan. Selain itu, struktur organisasi lebih menuju kepada berbagai spesialisasi dari suatu pekerjaan tertentu, termasuk saluran perintah atau penyampaian laporan. Menurut Etzioni (1964) menyatakan bahwa kita dilahirkan dalam organisasi, dididik oleh organisasi, dan hampir semua diantara kita menghabiskan hidup kita bekerja untuk organisasi. Oleh sebab itu dapat diaktakan organisasi ialah entitas sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan mengandung arti manajemen dan organisasi yang merupakan entitas (kesatuan)

³⁸<https://banklampung.co.id/profil/sejarah> dilihat pada tanggal 26 Juni 2019 pada pukul 21:28

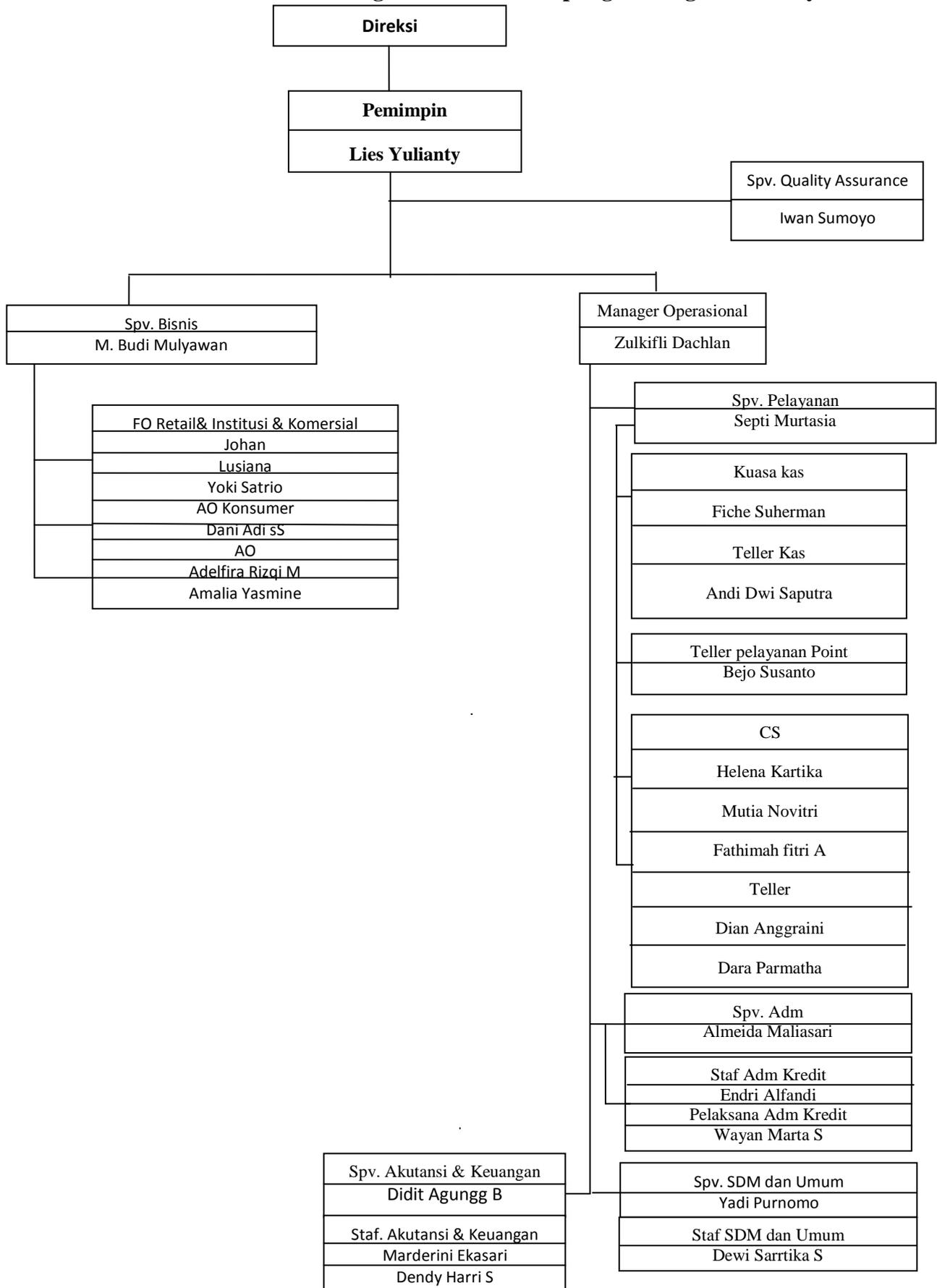
sosial berarti bahwa unit itu terdiri dari orang atau kelompok orang yang saling berinteraksi.³⁹

Struktur organisasi sebagai salah satu variabel memiliki beberapa unsur yang akan penulis uraikan dalam bagian tersendiri. Struktur Organisasi mempunyai peranan dalam menunjang tugas dan wewenang tanggung jawab serta hubungan kerja antara pimpinan dan bawahan yang ada pada organisasi tersebut, yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur dan mengarahkan setiap aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan sehingga dapat terorganisasi dengan baik dan sesuai dengan tujuan tertentu. Proses dalam organisasi adalah aktivitas yang menandai adanya dinamika yang memberi tanda adanya kegiatan dalam dinamika tersebut.

Struktur Organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung KC Bandar Jaya berbentuk lini staf, yaitu struktur organisasi yang setiap bawahannya bertanggung jawab kepada atasan dengan diawasi staff yang berkordinasi langsung dengan kantor pusat. Adapun struktur organisasi PT. Bank Pembangunan daerah Lampung KC Bandar Jaya.

³⁹Syamsir Torang, *Organisasi & Manajemen*, (Bandung: ALFABETA, 2016). Hlm.25

BAGAN 2 Struktur organisasi Bank Lampung Cabang Bandar Jaya



**D. Produk Menyalurkan Dana (*Lending*) dan Menghimpun Dana (*funding*)
di Bank Lampung Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah**

**1. Macam-macam Produk Menyalurkan Dana (*Lending*) di Bank
Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.**

a. Kredit aneka usaha

Kredit yang diberikan kepada pengusaha perorangan maupun kelompok untuk membiayai kebutuhan usaha produktif baik investasi maupun kebutuhan modal kerja.

1) Manfaat

- a) Proses kredit cepat
- b) Persyaratan kredit ringan
- c) Memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi usaha anda
- d) Angsuran kredit per bulan yang ringan & suku bunga bersaing
- e) Diberikan pembekalan mengenai kiat usaha yang bisa mendatangkan profit
- f) Diberikan pendampingan pengelolaan manajemen keuangan bagi usaha mikro
- g) Biaya administrasi yang murah

2) Persyaratan

- a) Perorangan atau Badan Usaha Perorangan
 1. Fotokopi KTP

2. Fotokopi KK
 3. Buku nikah/Surat Keterangan Status (Sudah Menikah/ Cerai)
 4. Surat Keterangan Usaha (SKU)
 5. SPT PBB tahun terakhir dari jaminan
 6. Kredit mulai Rp. 100.000.000,- dipersyaratkan
 7. NPWP
 8. Legalitas Usaha seperti : SIUP, TDP, SITU, atau lainnya sesuai dengan bidang usaha.
- b) Kelompok
- (1) Anggota melakukan kegiatan produktif
 - (2) Kelompok telah terdaftar pada Dinas Teknis Setempat
 - (3) Kelompok memiliki organisasi dengan pengurus yang aktif.
 - (4) mempunyai aturan kelompok yang disepakati oleh seluruh anggota kelompok
 - (5) Surat Keterangan Usaha (SKU)
 - (6) Identitas diri pengurus dan anggota berupa :
 1. Fotokopi KTP
 2. Fotokopi KK
 3. Fotokopi buku nikah/Surat keterangan status
 4. Melampirkan RAB (rencana anggaran belanja)
 5. Daftar susunan pengurus kelompok Fotokopi NPWP untuk pinjaman diatas Rp. 100.000.000

6. Diwajibkan membuka rekening tabungan/giro Bank Lampung atas nama Kelompok usaha
7. Fotokopi bukti kepemilikan agunan yang akan diserahkan.

b. KMK/KI-KUR

Program pembiayaan modal kerja dan investasi melalui perbankan yang mendapatkan subsidi dari Pemerintah untuk membantu para pelaku usaha meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya.

1) Manfaat yaitu:

- a) Memenuhi kebutuhan para pelaku usaha dalam mengembangkan kegiatan usahanya.
- b) Persyaratan kredit ringan dan mudah
- c) Proses cepat
- d) Untuk KUR Mikro tanpa ada pembatasan akumulasi plafond

2) Persyaratan

Perorangan

- (1) Aplikasi permohonan
- (2) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) & pasangan.
- (3) Fotocopy Kartu Keluarga (KK).
- (4) Fotocopy Surat Nikah / Surat Cerai bagi calon debitur yang telah berkeluarga/telah bercerai
- (5) Asli Surat Izin Usaha (IUMK) atau surat perizinan usaha Mikro dan kecil

- (6) Bilamana dipersyaratkan agunan/jaminan tambahan, maka dapat dilengkapi dengan : fotocopy dokumen agunan, fotocopy KTP pemilik (suami-isteri) dan dokumen pendukung lainnya.
- (7) Pas photo ukuran 3x4 sebanyak 2 buah milik calon debitur dan pasangan.
- (8) Print out mutasi rekening giro/tabungan di Bank Lampung/lembaga keuangan lainnya dalam 6 bulan terakhir (bila ada).

Badan Usaha

- (1) Aplikasi permohonan.
- (2) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk Direksi (management) dan Komisaris/Komanditer (pemilik).
- (3) Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama badan usaha.
- (4) Fotocopy SPT atas nama badan usaha.
- (5) Fotocopy Akta pendirian berikut perubahannya, sertai tanda bukti pengesahan/pendaftaran pada instansi berwenang.
- (6) Fotocopy Surat Izin Usaha (minimal memiliki SIUP, SITU, TDP)
- (7) Dokumen agunan/jaminan tambahan yang dilengkapi dengan : fotocopy dokumen agunan, fotocopy KTP pemilik (suami-isteri) dan dokumen pendukung lainnya seperti IMB/PBB/STNK/Hasil Cek Fisik Kepolisian Kendaraan Bermotor/dsb.

- (8) Pas photo ukuran 3x4 sebanyak 2 buah milik Direksi dan Komisaris/ Komanditer.
- (9) *Print out* mutasi rekening giro/tabungan di Bank Lampung/lembaga keuangan lainnya atas nama badan usaha dalam 6 bulan terakhir (bila ada).
- (10) *Print out* mutasi rekening giro/tabungan di Bank Lampung/lembaga keuangan lainnya atas nama Direksi dan Komisaris/Komanditer dalam 6 bulan terakhir (bila ada Fotocopy tabungan/print out rekening giro Bank Lampung atas nama calon debitur.

c. Kredit Pantas Pegawai Aktif

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS)/ PNS Otonomi Daerah/Vertikal atau Pusat, dan Pegawai tetap BUMN/BUMD/Lembaga/ Swasta.

1) Manfaat

- a) Persyaratan kredit ringan
- b) Proses kredit cepat dan mudah
- c) Bebas digunakan untuk keperluan konsumtif
- d) Angsuran ringan dan suku bunga bersaing
- e) Kredit dilengkapi dengan perlindungan asuransi

2) Persyaratan

- a) Buku Aplikasi Kredit Pantas yang telah diisi dengan baik dan benar

- b) Pas Photo ukuran 4x6 sebanyak 2 (dua) Lembar
- c) Fotokopi E-KTP Suami Istri
- d) Fotokopi KK
- e) Fotokopi NCR gaji terakhir yang telah dilegalisir bendahara
- f) Asli Sk Pengangkatan Pegawai (SK 100%) atau Asli Sk
Kepangkatan/Jabatan Terakhir
- g) Fotokopi NPWP (pinjaman diatas Rp. 100.000.000,-).

d. Kredit Pantas Pra Pensiun

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Otonomi Daerah hingga melewati batas masa aktif pegawai.

1) Manfaat

- a) Persyaratan kredit ringan
- b) Proses kredit cepat dan mudah
- c) Bebas digunakan untuk keperluan konsumtif
- d) Angsuran ringan dan suku bunga bersaing
- e) Pengurusan pembayaran pensiun dibantu oleh Bank Lampung
- f) Kredit dilengkapi dengan perlindungan asuransi

2) Persyaratan

- a) Buku Aplikasi Kredit Pantas yang telah diisi dengan baik dan benar
- b) Pas Photo ukuran 4x6 sebanyak 2 (dua) Lembar
- c) Fotokopi E-KTP Suami Istri

- d) Fotokopi KK
- e) Fotokopi NCR gaji terakhir yang telah dilegalisir bendahara
- f) Fotokopi NPWP (pinjaman diatas Rp. 100.000.000,-)
- g) Asli Sk Pengangkatan Pegawai (SK 100%) atau Asli Sk
Kepangkatan/Jabatan Terakhir
- h) Surat pernyataan debitur kepada bank lampung mengenai kesedian
dalam pengurusan pembayaran pension.

e. Simpel (Simpanan Pelajar)

- 1) keunggulan
 - a) Setoran awal minimal Rp. 5.000,-
 - b) Minimal setoran selanjutnya Rp. 1.000,-
 - c) Saldo minimum Rp. 5.000,-
 - d) Penarikan tunai dibawah Rp. 250.000,- dapat dilakukan di sekolah
 - e) CIF dan rekening atas nama anak
 - f) Biaya Saldo Minimum Gratis
 - g) Biaya Administrasi Gratis
 - h) Memperoleh kartu ATM (pilihan)
 - i) Memperoleh buku tabungan
 - j) Diberikan bonus/gimmick
 - k) Dijamin oleh lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

- l) Asuransi jiwa otomatis bebas Premi dengan nilai pertanggungan sampai dengan 25 Juta
- 2) Persyaratan
- a) Tabungan perorangan untuk siswa Warga Negara Indonesia
 - b) Diperuntukan bagi siswa PAUD, TK, SMP, SMA, Madrasah (MI,MTs,MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP
 - c) Pembukaan rekening dilakukian melalui kerjasama antara sekolah dengan Bank, ataupun dapat dilakukan tanpa perjanjian kerjasama
 - d) Sekolah dapat bekerjasama lebih dari 1 (satu) bank
 - e) Orang Tua/Wali dapat memberi kuasa kepada sekolah (pejabat sekolah yang ditunjuk) atau pihak lain untuk pembukaan rekening SimPel
 - f) Satu siswa hanya diperkenankan memiliki 1 (satu) rekening SimPel
 - g) Diberikan kartu ATM (optional)
 - h) Tidak diperkenankan rekening bessama (Join Account)
 - i) Transaksi penarikan,penyetoran dan pemindahbukuan dapat dilayani di sekolah dan semua channel bank sesuai ketentuan
 - j) Nama rekening dan CIF adalah nama siswa
 - k) Aplikasi Pembukaan :
 - (1) Data Siswa dan Data Sekolah
 - (a) Nama Lengkap

(b) Nama Sekolah

(c) Nama gadis Ibu Kandung

(d) Alamat Sekolah

(e) Tempat dan Tanggal Lahir

(f) Tingkat Pendidikan

(g) Alamat Rumah

(h) NIK/NISN/NIS

(i) Nomor Telpon Rumah/HP

(j) Alamat Email

(2) Data Orang Tua

(a) Nama Orang Tua

(b) Nomor telpon Orang Tua

(c) NIK/KTP

(d) Alamat Orang Tua

(e) Pekerjaan dan Jabatan Orang Tua

(f) Alamat Kantor

Persyaratan pembukaan tabungan : Bagi siswa PAUD/TK/SD/MI atau sederajat, buku tabungan dan kartu contoh tertandatangani dan ditandatangani oleh Orang Tua/Wali dan Siswa dan melampirkan KTP orang tua atau Kartu keluarga atau Kartu Kelahiran. Bagi siswa SMP/SMA/MTs/MA atau sederajat buku tabungan dan kartu contoh tanda tangan ditandatangani oleh siswa yang bersangkutan dan melampirkan Kartu Pelajar Penyerahan buku nasabah dapat diserahkan langsung kepada nasabah bagi siswa SMP/SMA/MTs/MA atau orang tua/wali bagi siswa PAUD/TK/SD/MI

f. Tabunganku

- 1) Keuntungan
 - a) Bunga simpanan kompetitif
 - b) Bebas biaya administrasi bulanan
 - c) Bebas biaya penggantian buku
 - d) Dijamin oleh lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- 2) Kemudahan
 - a) Online penyetoran dan penarikan dana di Seluruh
 - b) Cabang Bank Lampung Diperuntukan untuk penabung Perorangan
 - c) Setoran dapat dilakukan secara tunai dan pemindahbukuan
- 3) Persyaratan

TabunganKu hanya diperuntukan bagi penabung perorangan dan Warga Negara Indonesia Setiap penabung hanya diperbolehkan memiliki 1 (satu) rekening, kecuali bagi orang tua yang membuka rekening untuk anak yang

masih dibawah perwalian sesuai Kartu Keluarga yang bersangkutan, menggunakan nama orang tua (menggunakan Rekening QQ) Tidak berlaku rekening gabungan (joint account) Dan / Atau Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp.20.000,- Setoran tunai selanjutnya minimum Rp.10.000,- Penarikan di counter minimum Rp.100.000,- kecuali pada saat nasabah ingin menutup rekening Saldo minimum rekening setelah penarikan adalah Rp.20.000,-

- a) Suku bunga tabunganKu sbb :
 - (1) Rp. 0,00 sampai dengan Rp.500.000,00 tidak dikenakan bunga
 - (2) Diatas Rp.500.000,00 sampai dengan Rp.1.000.000,00 sebesar 0,25% / tahun
 - (3) Diatas Rp.1.000.000,00 sebesar 1% / tahun
- b) TabunganKu diberikan fasilitas online banking system,
- c) Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan diseluruh kantor operasional Bank Lampung. Transaksi counter hanya dapat dilakukan di Kantor Operasional Bank Lampung TabungKu tidak dikenakan biaya administrasi bulanan
- d) TabunganKu tidak dikenakan biaya penggantian buku
- e) Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah adalah Rp.20.000,00
- f) Biaya penalty atas saldo dorman (tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut), sbb :
 - (1) Biaya penalty adalah Rp.2.000,00 / bulan

(2) Apabila saldo tabungan kurang dari atau sama dengan Rp.20.000,00 maka rekening akan ditutup oleh system dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo TabunganKu belum diikutsertakan dalam program undian berkala TabunganKu belum diikutsertakan dalam program Sipadana

g. Tabungan Simpeda

- 1) Kemudahan
 - a) Channel Transaksi di ATM Bank Lampung dan ATM Bersama
 - b) Online Penyetoran dan Penarikan Dana di seluruh Cabang Bank Lampung
 - c) Rekening dapat dibuka atas nama 2 orang yaitu berupa joint Account
- 2) Keuntungan
 - a) Bunga simpanan kompetiti
 - b) Biaya administrasi ringan untuk benefit yang anda peroleh
 - c) Dana dapat dijadikan jaminan kredit
 - d) Fasilitas ATM yang dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, pembelian pulsa dll
 - e) Total hadiah 6 Milyar diundi 2x dalam setahun diikuti oleh seluruh Bank Pembangunan Daerah
 - f) Bebas biaya transaksi di ATM Bank Lampung
 - g) Dijamin oleh lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
 - h) Asuransi otomatis bebas Premi, pertanggungan hingga 25 juta

2. Macam-macam Produk Menghimpun Dana (*Funding*) di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

a. Giro

- 1) Keuntungan
 - a) Pemilik Rekening Giro Perorangan diberikan Kartu ATM
 - b) Jasa Giro kompetitif, semakin besar saldo rekening, semakin tinggi jasa Giro yang akan diperoleh
 - c) Fasilitas ATM dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, pembelian pulsa dan lain-lain
 - d) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
 - e) Pencairan Cek dan Bilyet Giro Online di Semua Cabang Bank Lampung
 - f) Tersedia pilihan rekening gabungan atau joint account
 - g) Badan hukum
 - h) Surat-surat ijin dari instansi yang berwenang
 - i) Akte Pendirian/Anggaran Dasar Badan Hukum beserta akte perubahannya yang terakhir
 - j) Daftar Susunan Pengurus terakhir sesuai dengan Anggaran Dasar/perubahan yang terakhir
 - k) Surat Keputusan dari yang berwenang, bagi Instansi/Lembaga Pemerintah

- l) Untuk badan hukum yang masih dalam proses (belum berbadan hukum), harus melampirkan susunan pendiri dan susunan pengurus
- m) Kartu Identitas/Bukti Diri Pemegang Rekening (KTP/SIM/Paspor)
- n) NPWP

Khusus untuk :

Rekening Giro Kas Daerah yang dibuka atas nama masing- masing Pemerintah Daerah setempat, harus menyerahkan :

- 1) Surat Keputusan dari Kepala Daerah setempat atas pengangkatan sebagai Kepala Biro Keuangan atau Kepala Bagian Keuangan atau pejabat lain yang ditunjuk yang selanjutnya berhak atau mendapat wewenang untuk melakukan penarikan dana kas daerah pada rekening Giro Kas Daerah.
- 2) Rekening Giro Dinas yang dibuka atas nama Instansi Pemerintah Daerah, harus menyerahkan
- 3) Surat Keputusan Pengangkatan sebagai Kepala Dinas.
- 4) Surat Keputusan Pengangkatan sebagai Bendaharawan Dinas dan atau Surat Penunjukan dari Instansinya sebagai yang berwenang membuka rekening.
- 5) Kartu Identitas/Bukti Diri (KTP/SIM/Paspor) dari Kepala Dinas dan Bendaharawan Dinas

- 6) Bukan Badan Hukum
- 7) Surat-surat ijin dari instansi yang berwenang (SIUP, TDP, SITU)
- 8) Akte Pendirian/Anggaran Dasar beserta akte perubahan yang terakhir
- 9) Daftar Susunan Pengurus terakhir sesuai dengan Anggaran Dasar/perubahan yang terakhir
- 10) Kartu Identitas/Bukti Diri (KTP/SIM/Paspor)
- 11) Surat kuasa pembukaan rekening (jika diperlukan)
- 12) NPWP.⁴⁰

Adapun perbedaan antara menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*Lending*). Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan *funding*. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan juga sering disebut dengan nama rekening. Sedangkan menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal dengan nama kegiatan *lending*. Penyaluran dana yang dapat dilakukan melalui pemberian pinjaman yang dalam masyarakat lebih dikenal dengan nama kredit. Kredit yang ditawarkan oleh bank terdiri dari beragam jenis, tergantung dari kemampuan bank yang menyalurkannya. Demikian pula dengan jumlah serta tingkat suku bunga yang ditawarkan. Dan di dalam Bank ada pula perbedaan antara debit dan kredit. Debit merupakan pencatatan pengurangan nominal uang, sedangkan kredit pencatatan penambahan uang. Transaksi debit bisa

⁴⁰<https://banklampung.co.id/produk> dilihat pada tanggal 26 Juni 2019 Pukul 21:30

diartikan sebagai aktivitas menabung di bank, sedangkan kredit aktivitas mengeluarkan uang di bank atau bisa juga meminjam uang di bank.

E. Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Dalam Peningkatan Bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

Faktor-faktor pemasaran yang diterapkan oleh Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya ada dua faktor, yaitu⁴¹ :

a. Faktor Internal :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan

Jenis produk yang ditawarkan di Bank Lampung kantor Cabang Bandar Jaya ada dua jenis yaitu produk simpanan (*Funding*), dan produk penyaluran dana (*Lending*). Produk simpanan (*funding*) terdiri dari produk kredit aneka usaha, KMK/KI-KUR, kredit

⁴¹ Wawancara Bapak M. Budi Mulyawan pada hari selasa 26 Maret 2019, selaku Spv. Bisnis Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

pantas pegawai aktif, kredit pantas pra pensiun, sedangkan penyaluran dana (*Lending*) terdiri dari produk simpel (simpanan pelajar), tabunganku, tabungan simpeda, dan giro.⁴²

b. Harga produk

Harga produk di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa) yang dapat ditukarkan guna memperoleh suatu barang atau jasa. Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya para calon nasabah yang ingin memiliki salah satu produk harus memiliki jaminan contohnya seperti SK pegawai.⁴³

Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya sudah melakukan penjualan dengan berbagai cara, yaitu :

a. Pembukaan stand

Pembukaan stand ini dilakukan saat ada pameran di bank lain seperti ada pameran di bank BRI maka dari itu para marketing dari Bank Lampung diundang oleh pihak dari Bank BRI dan melakukan pemasaran produk-produk Bank Lampung terutama produk *Funding* yang lebih dibutuhkan masyarakat mulai dari kalangan PNS, pra pensiun, dana KUR karena untuk melanjutkan usaha masyarakat terutama khususnya di masyarakat para petani dan pedagang dapat digunakan untuk modal usaha masyarakat

⁴² Wawancara Bapak M. Budi Mulyawan pada hari Selasa 02 April 2019, selaku Spv. Bisnis Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

⁴³ Wawancara Bapak M. Budi Mulyawan pada hari Selasa 26 Maret 2019, selaku Spv. Bisnis Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

yang membutuhkan dana sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah sehingga tidak perlu memndatangi kantor bank untuk transaksi.

b. Iklan melalui media massa

Selain pemasaran dilakukan dengan cara pembukaan stand pada waktu pameran Bank Lampung juga memiliki faktor pemasaran dengan cara memunculkan melalui situs resmi Bank Lampung atau media sosial lainnya.

c. Melalui kunjungan wiraniaga

Selain itu juga para marketing melakukan kunjungan para calon nasabah untuk melihat usaha yang sedang dijalankan oleh para nasabah yang akan meminjam dana kembali untuk modal usaha mereka dan dilakukan wawancara secara detail.

d. Penyebaran brosur.

Dan disini juga ada cara memasarkan produk dengan cara penyebaran brosur produk Bank Lampung kemasyarakat lingkungan serta sampai keluar desa sehingga nasabah akan merasa nyaman dengan pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh bank yang seakan-akan memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan nasabah akan jasa finansial serta memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat. Namun untuk

penyebaran brosur ini diperlukan biaya yang banyak baik untuk percetakan brosur ataupun penyebarannya.⁴⁴

2) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan, apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulubarangnya ke tempat pembeli.

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan. Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya pastinya mempunyai sebuah organisasi yang disusun dengan baik terutama dalam susunan organisasi pemasaran agar pemasaran produk di Bank Lampung dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan laba sebesar-besarnya serta meningkatkan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya⁴⁵

4) Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeliproduk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program

⁴⁴ Wawancara Bapak M. Budi Mulyawan 15 Juli 2019, selaku Spv. Bisnis di Bank Lampung KC Bandar Jaya.

⁴⁵ Wawancara Bapak Yoki Satria pada hari jum'at tanggal 29 Maret 2019, selaku Marketing Produk dan Jasa Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

pemasaran. Promosi pada iklan sangat difokuskan pada media masayang merupakan media pasar sasaran produk. Adapun media yang digunakan antara lain.

a) Media cetak

Media cetak yang digunakan Bank Lampung berupa brosur yang di pasarkan kemasyarakat sekitar, dan spanduk yang dipasang di letak yang sangat strategis misalnya di pinggir jalan lintas, dan dipasar.

b) Media elektronik

Media elektronik yang digunakan di Bank Lampung berupa media eletronik berupa radio seledro adi jaya, website, facebook.⁴⁶

b. Faktor Eksternal :

Faktor eksternal hanya dominan pada kondisi pasar. Pasar merupakan tempat dimana para karyawan Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya melakukan pemasaran produk.⁴⁷ Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

1. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya

Segmen pasar merupakan suatu aktivitas pasar atau pengelompokan pasar. Dalam hal ini Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya mencari kelompok pasar atau calon nasabah yang memiliki kesamaan dan kebutuhan yang memiliki respon yang sama dalam membutuhkan produk yang ada di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

⁴⁶Wawancara Bapak Yoki Satria pada hari Rabu tanggal 11 Maret 2019, selaku Marketing Produk dan Jasa Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

⁴⁷Wawancara Ibu Adelfira Rizqi pada hari Selasa 22 Februari 2019, selaku AO Bank Lampung KC Bandar Jaya

2. Keinginan dan kebutuhan

Keinginan dan kebutuhan merupakan hal yang penting dalam pemasaran produk karena minat atau keinginan nasabah Bank Lampung harus memunculkan ide baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon nasabah. Kebutuhan calon nasabah merupakan salah satu cara yang perlu dilakukan para pelaku bisnis untuk mengetahui perilaku para calon nasabah terutama kebutuhan produk yang diminatinya. Sedangkan keinginan merupakan sesuatu yang diinginkan terhadap sesuatu produk Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya untuk memenuhi kebutuhan para calon nasabah.⁴⁸

Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya faktor yang paling dominan adalah faktor internal karena dalam mempengaruhi keputusan calon nasabah untuk menjadi nasabah tetap ialah pelayanan dan kepercayaan pada bank, serta pengetahuan dan objek fisik bank. Hal yang paling penting adalah pelayanan dan kepercayaan.⁴⁹

Adapun setrategi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis yang dilakukan di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya berperan sangat penting dalam meningkatkan bisnis. Adapun startegi bauran yang diterapkan ialah menggunakan 7p *product, price, place, promotion, people, phsycal evidence, proses*, yaitu sebagai berikut :

⁴⁸ Wawancara Ibu Adelfira Rizqi pada hari selasa 22 february 2019, selaku AO Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

⁴⁹ Wawancara Ibu Adelfira Rizqi pada hari selasa rabu 27 Maret 2019, selaku AO Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

1. Produk (*Product*)

Produk jasa merupakan segala sesuatuyang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicarai, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang dipasarkan Bank Lampung termasuk produk unggulan dengan segala kemudahan yang ditawarkan kepada para nasabah. Sehingga produk-produk Bank Lampung ini sangat tepat untuk diperkenalkan serta dipasarkan kepada masyarakat yang berprofesi sebagai wirausaha atau pegawai sekalipun.

2. Harga (*Price*)

Seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini bahwa untuk menjadi nasabah tetap Bank Lampung, seorang calon nasabah terlebih dahulu melihat angsuran pada produk yang akan di minati, dan melihat bunga yang ditetapkan oleh Bank Lampung pada setiap produknya.

3. Tempat/Lokasi Pelayanan (*Place/Service Location*)

Tempat juga merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk sebagai lingkungan dimana dan bagaimana barang/jasa akan diserahkan, sebagai nilai yang bermanfaat untuk para calon nasabah. Tempat Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya ini sudah memiliki tempat yang strategis, sehingga mudah dijangkau oleh penduduk setempat karena lokasi Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya ini terletak di pinggir Jl. Lintas Sumatra dan dekat pasar plaza Bandar Jaya yang dapat memudahkan para calon nasabah dalam melakukan transaksi.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi pada iklan sangat difokuskan pada media masayang merupakan media pasar sasaran produk. Adapun media yang digunakan antara lain:

- a) Media cetak
- b) Media elektronik
- c) Media outdoor
- d) Publisitas (*Publicity*)

5. Orang (*People*)

Orang ialah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam hal orang Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya memiliki elemen-elemen dari orang yakni *teller*, *customer service* dan *funding*. Jasa unsur *people* inii bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produk atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang-orang ini terlibat langsung dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan.

6. Sasaran Fisik (*Physical evidence*)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik bank dimana layanan diciptakan dan dimana penyedia jasa dan pelanggan berinteraksi, ditambah unsur-unsur yang berwujud yang dipakai untuk berkomunikasi atau mendukung peran jasa. Dalam bisnis juga pemasaran harus mengimbangi dimensi

ketidakterwujudannya dengan menyediakan petunjuk-petunjuk fisik untuk menguatkan dan mengembangkan produk Bak Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

7. Proses (*Process*)

Kegiatan dalam memasarkan produk dan meningkatkan bisnis yang dilakukan Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya dapat meningkatkan mutu produk dan kualitas produk. Keefektifan kegiatan pemasaran produk pemasaran Bank Lampung dapat bersaing dalam memberikan pelayanan yang baik kepada para calon nasabah dan kehiatan operasional bank.

Dengan menggunakan strategi pemasaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya setelah diadakan kegiatan strategi pemasaran produk maka karyawan dapat menghadapi persaingan dalam dunia pemasaran.⁵⁰

F. Kualitas Pelayanan di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

Kualitas pelayanan di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya menurut nasabah tetap dengan inisial WN bahwa pelayanan kepada para masyarakat dinilai kurang baik sehingga menyebabkan penurunan nasabah yang cukup signifikan pada setiap tahunnya. Meskipun para karyawan sudah memasarkan produk kepada masyarakat akan tetapi, masyarakat kurang berminat terhadap produk yang telah ditawarkan hal ini disebabkan karena pelayanan dari karyawan kurang baik kepada masyarakat.⁵¹

⁵⁰ Wawancara Ibu Adelfira Rizqi hari Selasa tanggal 12 Maret 2019, selaku AO Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

⁵¹ Wawancara Ibu WN hari Selasa 16 April 2019, selaku Nasabah tetap Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

G. Cara Meningkatkan Bisnis Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya

Bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu kelompok organisasi untuk menyediakan produk dan jasa bagi para calon nasabah yang membutuhkan.

Adapun cara untuk meningkatkan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya. Yaitu:

1. Promosi dan Pameran

Para karyawan khususnya dibagian marketing mereka melakukan promosi atau pameran agar para calon nasabah tidak sulit mencari informasi terhadap produk yang dimiliki oleh Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya. Petugas bank biasanya membagikan brosur kepada teman, saudara, keluarga dan masyarakat sekitar supaya mereka tertarik untuk bergabung sebagai nasabah Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya. Selain itu penyebaran brosur digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan usahanya melalui penyebaran brosur-brosur ke tempat yang sudah di target sebelumnya.

Kemudian karyawan melakukan sebuah pameran yang dapat mendukung usaha kecil dan menengah UMKM menuju pemasaran yang lebih luas di sekitaran masyarakat. Hal ini biasanya dilakukan saat ada acara pameran di Bank BRI dalam kesempatan itu Bank BRI memberikan kepada Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya mempromosikan produknya secara lebih luas sekaligus memptivasi untuk terus

menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan bernilai tinggi dan guna untuk mendorong pemasaran produk yang ada di bank serta untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis yang ada di bank.⁵²

2. Melakukan penyebaran brosur ke berbagai masyarakat.

Dalam penyebaran brosur bank harus mengeluarkan banyak biaya untuk percetakan brosur. Akan tetapi brosur merupakan suatu alat pemasaran yang sangat membantu para karyawan Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya guna untuk menginformasikan produk atau jasa mereka kepada para calon nasabah melalui secarik kertas atau dengan selembur kertas dan biasanya brosur memuat isi berupa tulisan atau gambar yang dikemas dengan desain menarik sehingga berhasil membuat para calon nasabah semakin berminat dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh para karyawan kepada nasabahnya.

Hingga saat ini penggunaan brosur di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya dalam pemasaran produk terbilang masih sangat efektif untuk mempengaruhi minat calon nasabah karena dapat terbilang keberadaannya mampu menjelaskan produk dan jasa secara detail mulai dari kelebihan produk dan keuntungan yang diperoleh dari kelebihan produk atau jasa tersebut.⁵³

⁵²Wawancara oleh Ibu Adelfira Rizqi selaku AO Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya pada tanggal 10 April 2019.

⁵³Wawancara oleh Bapak Yoki Satria pada Jumat 15 Maret 2019, selaku marketing produk dan jasa Bank Lampung KC Bandar Jaya.

3. Langsung mendatangi atau survei langsung ke tempat para calon nasabah yang akan menggunakan produk dan jasa Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

Para karyawan Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya setelah melakukan pengenalan produk dan jasa melalui berbagai cara para karyawan yang ada di bank kemudian mereka akan melakukan survei dimana tempat tinggal para calon nasabah serta melihat perkembangan usaha yang dimiliki para calon nasabah sehingga para karyawan dapat melihat secara langsung keadaan kondisi para calon nasabah.⁵⁴

4. Adapun calon nasabah yang langsung mendatangi kantor untuk mencari informasi tentang produk dan jasa yang dipasarkan.

Selain karyawan melakukan penyebaran brosur, promosi, pameran dan langsung survei ketempat lokasi para calon nasabah. Akan tetapi, ada beberapa calon nasabah malah langsung mendatangi ke bank guna untuk mencari tau secara jelas produk apa saja yang biasanya di pasarkan dimasyarakat sekitar.⁵⁵

⁵⁴Bapak Harni selaku nasabah yang memiliki produk KUR Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya.

⁵⁵Wawancara Bapak Yoki Satria pada hari Rabu tanggal 13 Maret 2019, selaku Marketing Produk dan Jasa Bank Lampung KC Bandar Jaya

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis di Bab 3, bahwa adanya dua faktor yang mempengaruhi pemasaran produk dalam peningkatan bisnis di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang dari luar bank seperti Kondisi Pasar, sedangkan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam perusahaan seperti Kondisi dan Kemampuan Penjual, Modal, Kondisi Organisasi Perusahaan, promosi.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan diharapkan untuk lebih memperbanyak pelatihan dalam hal pelayanan terhadap nasabah tetap atau calon nasabah dan lebih berhati-hati dalam menyimpan dokumen penting para nasabah agar tidak terjadi kehilangan dokumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melaksanakan penelitian mengenai pelayanan dan kepercayaan bank terhadap pemasaran produk terhadap nasabah tetap atau calon nasabah di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011
- Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ramayana Pres dan STAIN Metro, 2008
- <https://banklampung.co.id/produk> dilihat pada tanggal 26 Juni 2019 Pukul 21:30
- <https://banklampung.co.id/profil/sejarah> dilihat pada tanggal 26 Juni 2019 pada pukul 21:28
- Irfam Fahni, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Bandung: ALFABETA , 2014
- Irfam Fahni, *Etika Bisnis*, Bandung : ALFABETA, 2013
- Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yuliati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*, Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000
- Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2011
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003
- Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- P.Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013, Cet. 19
- Swastsha Basu Dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta. Liberty. 2003

Syamsir Torang, *Organisasi & Manajemen*, Bandung: ALFABETA, 2016

Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 *yang mengatur bahwa bank berdasarkan kegiatan usahanya dibagi menjadi dua yaitu konvensional dan syariah.*

Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan

W. Gulo, *Metode Penelitian*, Jakarta : PT Grasindo, 2002

LAMPIRAN

ALAMAT BANK LAMPUNG

KANTOR CABANG, Kantor Cabang Utama : Jl. Wolter Monginsidi No. 182 Teluk Betung Bandar Lampung 35125, Telp : (0721) 487175, 489127, 486836, 486123, Fax : (0721) 485530, 481743, 482703, 489205, 483739, Card Center : (0721) 480666, **Jakarta** : Gedung Wisma Sarinah Lt. 1 Jl. Majapahit No. 8 Harmoni-Jakarta Pusat, Telp : (021) 3441305-06, Fax : (021) 3458712, **Metro** : Jl. Jendral Ahmad Yani No. 5, Telp : (0725) 41114, 42534, 41296, 45633, Fax : (0725) 41045, **Kalianda** : Jl. Kusuma Bangsa No. 29 Lampung Selatan, Telp (0727) 322182, 322184, 321350, Fax : (0727) 322183, **Bandar Jaya** : Jl. Proklamator No. 134 Kec. Gunung Sugih Lampung Tengah, Telp (0725) 529546, 25144, 25133, 528417, Fax : (0725) 25133, **Kotabumi** : Jl. Jenderal Sudirman No. 135 Kotabumi Lampung Utara, Telp : (0724) 21378, 22327, 22298, Fax : (0724) 21377

KANTOR CABANG PEMBANTU, Pringsewu : Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 12 Pringsewu-Tanggamus, Telp : (0729) 21373, 21372, 23222, Fax : (0729) 21373, **Bukit Kemuning** : Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning-Lampung Utara, Telp : (0724) 91184, Fax : (0724) 91411, **Liwa** : Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa-Lampung Barat, Telp : (0728) 21363, 21343, Fax : (0728) 21343, **Unit II** : Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung-Tulang Bawang, Telp : (0726) 750211, 75033, Fax : (0726) 750210, **Baradatu** : Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu-Way Kanan, Telp : (0723) 475505, Fax : (0723) 475504, **Antasari** : Jl. Pangeran Antasari No. 35A Bandar Lampung 35122, Telp : (0721) 789010, 787288, Fax : (0721) 789192, **Kartini** : Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang-Bandar Lampung 35118, Telp : (0721) 2642825, 264826, Fax : (0721) 266861, **Menggala** : Jl. Raya Gunung Sakti No. 29 Menggala-Tulang Bawang, Telp : (0726) 21401, 21165, Fax : (0726) 21401, **Kota Agung** : Jl. Juanda No. 58 Kota Agung-Tanggamus, Telp : (0722) 21443, Fax : (0722) 21509, **Sukadana** : Jl. Kolonel Arifin Sukadana-Lampung Timur, Telp : (0725) 625367, Fax : (0725) 625367, **Natar** : Jl. Raya Lintas Sumatera Natar-Lampung Selatan, Telp : (0721) 92805, 92017, Fax : (0721) 92006

KANTOR KAS KHUSUS, Daya Murni : Jl. Raya Daya Murni Tumijajar-Tulang Bawang Barat, Telp : (0724) 351292, Fax : (0724) 351291, **Gading Rejo** : Pasar Gading Rejo-Kabupaten Pringsewu, Telp : (0721) 95109, Fax : (0721) 94919, **Sidomulyo** : Jl. Raya Sidomulyo No. 640 Pasar Sidomulyo-Lampung Selatan, Telp : (0721) 7693000, Fax : (0721) 7693140

KANTOR KAS, PEMDA Prov. Lampung : Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Teluk Betung-Bandar Lampung, Telp : (0721) 485753, **RSUAM** : Jl. Dr. Rivai No. 6 Bandar Lampung, Telp : (0721) 786313, **Panjang** : Jl. Yos Sudarso Panjang-Bandar Lampung, **PEMKAB Lampung Tengah** : Jl. Raya Padang Ratu No. 1 Gunung Sugih-Lampung Tengah, Telp : (0725) 527774, **PEMKAB Way Kanan** : Komplek Perkantoran Km. 2 Blambangan Umpu Way Kanan, Telp : (0723) 461234, **RS Bumi Waras** : Jl. Wolter Monginsidi No. 235 Bandar Lampung, Telp : (0721) 252663, **Kas Way Halim** : Jl. Ki Maja No. 122 Way Halim Kedaton Bandar Lampung, Telp : (0721) 701912, **Bakauheni** : Jl. Raya Bakauheni, Pelabuhan Penyebrangan Bakauheni-Lampung Selatan, **UNILA** : Komplek Universitas Lampung Gedung PKM Lt. 1 Jl. Prof. Dr. Sumantri Bojonegoro No. 1 Bandar Lampung, **SMKN 1 Kota Bumi** : Jl. Bougenvil No. 48 Kota Bumi-Lampung Utara, Telp : (0724) 423078, **Kemiling** : Pasar Modern Terminal Kemiling Blok R4 No. 4 Jl. Imam Bonjol Bandar Lampung, Telp : (0721) 273235

KANTOR PAYMENT POINT, SMKN 4 Bandar Lampung : Jl. Cokroaminoto No. 82 Bandar Lampung, Telp : (0721) 240798, **Krui** : Jl. Wijaya Pasar Baru, Pasar Mulya Selatan-Krui-Lampung Barat, Telp : (0728) 51056, **Talang Padang** : Jl. Tangsi Raya No. 2 Pasar Baru-Tanggamus, Telp : (0729) 42297, **SMKN 1 Kalianda** : Jl. Soekarno Hatta Komplek Ragom Mufakat No. 1 Kalianda-Lampung Selatan, Telp : (0727) 322949, **RS. Urip Sumoharjo** : Jl. Urip Sumoharjo No. 200 Bandar Lampung, Telp : (0721) 706569

ALAMAT TERMINAL ATM BANK LAMPUNG

Kantor Cabang Utama	: Jl. Wolter Monginsidi No. 182 Bandar Lampung, Card Center : (0721) 480666
Antasari	: Jl. P. Antasari No. 35A Bandar Lampung
SEKDA Provinsi Jakarta	: Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Bandar Lampung : Jl. Majapahit No. 8 Harmoni - Jakarta Pusat : Jl. Tomang Raya No. 42 Jakarta
Bandar Jaya	: Jl. Proklamator No. 134 Bandar Jaya - Lampung Tengah
Kota Bumi	: Jl. Jenderal Sudirman No. 134 Kotabumi - Lampung Utara : Jl. Jenderal Sudirman No. 1 Kotabumi
Tulang Bawang	: Jl. Raya Gunung Sakti No. 29 Menggala - Tulang Bawang : Jl. Cemara Komplek Perkantoran Pemda Tulang Bawang
Kartini	: Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang - Bandar Lampung
Sukadana	: Jl. Kolonel Arifin Sukadana - Lampung Timur
Metro	: Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 5 : Jl. A.H. Nasution No. 3 Metro
Gading Rejo	: Pasar Gading Rejo - Tanggamus
Bukit Kemuning	: Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning - Lampung Utara
Unit II	: Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung - Tulang Bawang
Kalianda	: Jl. Veteran No. 16 Lampung Selatan : Jl. Indra Bangsawan No. 1 Kalianda
RSUAM	: Jl. Dr. Rivai No. 6 Bandar Lampung
Kota Agung	: Jl. Juanda No. 58 Kota Agung : Jl. Mayjen S. Parman No. 1 Kota Agung
Natar	: Jl. Raya Natar - Lampung Selatan
RS. Urip Sumoharjo	: Jl. Urip Sumoharjo No. 200 Bandar Lampung
Pringsewu	: Jl. Jenderal A. Yani No. 12 Pringsewu
Liwa	: Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa - Lampung Barat
Way Kanan	: Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu - Way Kanan : Kompleks Perkantoran KM. 2 Blambangan Umpu
RS. Bumi Waras	: Jl. Wolter Monginsidi No. 235 Bandar Lampung

Hubungi kami :



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

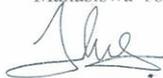
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	27/07/2019		1. Hasil prasurvei tidak ada Ada apa dengan pemasaran Bank Lampung 2. Analisis belum jelas 3. Apa yang mau diamati bukan hanya teori saja	
2	15/08/2019		1. Kapan dilakukan prasurvei 2. Lampirkan Alat pengumpulan data 3. Tulis tanggal wawancara	
3	21/08/2019		1. Sebutkan jenis produk dikatat belakang 2. Tambahkan Indikator dan responden dibagian Sumber data primer dan data sekunder dicantumkan buku yang digunakan 3. Lampirkan Daftar Pustaka	

Dosen Pembimbing


Dr. Widhiya Ninsiana M. Hum
NIP. 197209232000032002

Mahasiswa Ysb,


Nur Handayani
NPM. 1602080039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
4.	11/09/2019		1. Analisis Tidak ada hasil wawancara 2. Analisis pada tabel lebih diperjelas 3. Tambahkan Hasil prasurvey dilapangan di pembahasan 4. Tambahkan Narabah pada Indikator 5. Tambahkan Hasil Wawancara pada narabah 6. Revisi kesimpulan	

Dosen Pembimbing

Dr. Wjdhiva Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

Mahasiswa Ysb,

Nur Handayani
NPM. 1602080039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

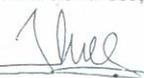
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	TandaTangan
5	18/09/2019		1. Kalau cukup baik kenapa jadi penurunan. 2. Jenis wawancara 3. Dokumen apa yang dibutuhkan 4. Revisi kesimpulan	

Dosen Pembimbing


Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

Mahasiswa Ysb,


Nur Handayani
NPM. 1602080039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
6.	25/09/2019		1. Analisis faktor yang mem- Pengaruh: pemasaran - Organisasi dalam bank - Sesuatu yang dipasarkan - Pasar yang dituju. 2. Revisi kesimpulan	

Dosen Pembimbing

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

Mahasiswa Ysb,

Nur Handayani
NPM. 1602080039



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	TandaTangan
7	11/oktober 2019		1. Menambahkan teori tentang kualitas pelayanan 2. Revisi kesimpulan	
8	18/oktober 2019		1. Revisi teori di Bab I, Analisis di Bab III 2. Revisi kesimpulan 3. Revisi Abstract	
9	04/November 2019		1. Penambahan Analisis Di Bab III	

Dosen Pembimbing

Dr. Widhiva Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

Mahasiswa Ysb,

Nur Handayani
NPM. 1602080039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	TandaTangan
10	08/November 2019		1. Revisi Analisis 2. Perbaikan kesimpulan	
11	20/November 2019		1. Revisi Abstract	
12	28/November 2019		1. Revisi Abstract 2. Revisi kesimpulan 3. Revisi Halaman depan	
13	2/12/19		Acc ke Universitas	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ysb,


Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002


Nur Handayani
NPM. 1602080039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296,
Website www.metrouniv.ac.id, email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1424/In.28.3/PP.00.9/08/2019
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

11 Juni 2019

Kepada Yth:
Dr. Widhiya Ningsiana, M.Hum.
di - Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nur Handayani
NPM : 1602080039
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Dalam Peningkatan Bisnis Di Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s.d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan


M. HAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-740/In.28/S/OT.01/08/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NUR HANDAYANI

NPM : 1602080039

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080039.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 22 Agustus 2019
Kepala Perpustakaan

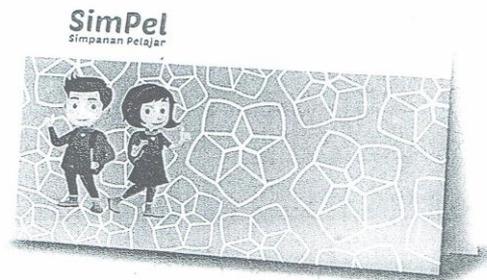
Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



BANK LAMPUNG

SimPel

Simpanan Pelajar



Menabung Ya **SimPel** Aja

SimPel

Simpanan Pelajar

Simplel

Simplel (Simpanan Pelajar) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Persyaratan

1. Perjanjian kerjasama antara Bank Lampung dengan sekolah
2. Bisa tanpa PKS dengan sekolah
3. Bisa dengan Walking Customer
4. Mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan Rekening Simplel
Melengkapi dokumen pembukaan rekening (Siswa PAUD/TK/SD/MI : KTP Orang tua atau Kartu Keluarga atau Kartu Kelahiran, Siswa SMP/SMA/MTs/MI : Kartu Pelajar)

Fitur

- Setoran awal minimal Rp. 5.000,-
- Minimal setoran selanjutnya Rp.1.000,-
- Saldo minimum Rp. 5.000,-
- Penarikan tunai dibawah Rp.250.000,- dapat dilakukan di sekolah



Biaya

- Biaya administrasi tabungan GRATIS
- Biaya dibawah saldo minimum GRATIS
- Biaya rekening dormant Rp. 1.000,-/bulan (dikenakan apabila rekening tidak aktif transaksi selama 12 bulan)
- Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis GRATIS
- Biaya pembuatan kartu ATM GRATIS
- Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak Rp. 20.000,-
- Biaya penutupan rekening Rp.5.000,-

Keunggulan

- CIF dan rekening atas nama anak
- Setoran awal ringan
- Biaya murah
- Bebas biaya administrasi
- Memperoleh kartu ATM (pilihan)
- Memperoleh buku tabungan
- Diberikan bonus/gimmik sesuai kebijakan Bank
- Discover asuransi jiwa

ALAMAT BANK LAMPUNG

KANTOR CABANG, Kantor Cabang Utama : Jl. Wolter Monginsidi No. 182 Teluk Betung Bandar Lampung 35123, Telp. : (0721) 487175, 489127, 486836, 486123, Fax. : (0721) 485530, 481743, 482703, 489205, 483739, Card Center : (0721) 480666, Jakarta : Gedung Wisma Sarinah Lt. 1 Jl. Majapahit No. 8 Harmoni-Jakarta Pusat, Telp. : (021) 3441305-06, Fax. : (021) 3458712, Metro : Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 5, Telp. : (0725) 41114, 42534, 41296, 45633, Fax. : (0725) 41049, Kallanda : Jl. Kusuma Bangsa No. 29 Lampung Selatan, Telp. (0727) 322182, 322184, 321350, Fax. : (0727) 322183, Bandar Jaya : Jl. Proklamator No. 134 Kec. Gunung Sugih Lampung Tengah, Telp. (0725) 529546, 25144, 25133, 528417, Fax. : (0725) 251133, Kotabumi : Jl. Jenderal Sudirman No. 135 Kotabumi Lampung Utara, Telp. : (0724) 21378, 22327, 22298, Fax. : (0724) 21377

KANTOR CABANG PEMBANTU, Pringsewu : Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 12 Pringsewu-Tanggamus, Telp. : (0729) 21373, 21372, 23222, Fax. : (0729) 21373, Bukit Kemuning : Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning-Lampung Utara, Telp. : (0724) 61184, Fax. : (0724) 91411, Liwa : Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa-Lampung Barat, Telp. : (0728) 21363, 21343, Fax. : (0728) 21343, Unit II : Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung-Tulang Bawang, Telp. : (0726) 750211, 75033, Fax. : (0726) 750210, Baradatu : Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu-Way Kanan, Telp. : (0723) 475505, Fax. : (0723) 475504, Antasari : Jl. Pangeran Antasari No. 35A Bandar Lampung 35122, Telp. : (0721) 789010, 787286, Fax. : (0721) 789152, Kartini : Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang-Bandar Lampung 35118, Telp. : (0721) 2642825, 264826, Fax. : (0721) 266861, Menggala : Jl. Raya Gunung Sakti No. 29 Menggala-Tulang Bawang, Telp. : (0726) 21401, 21165, Fax. : (0726) 21401, Kota Agung : Jl. Juanda No. 58 Kota Agung-Tanggamus, Telp. : (0722) 214453, Fax. : (0722) 21509, Sukadana : Jl. Kolonel Arifin Sukadana-Lampung Timur, Telp. : (0725) 625367, Fax. : (0725) 625367, Natar : Jl. Raya Lintas Sumatera Natar-Lampung Selatan, Telp. : (0721) 92805, 92017, Fax. : (0721) 92006

KANTOR KAS KHUSUS, Daya Murni : Jl. Raya Daya Murni Tumijajar-Tulang Bawang Barat, Telp. : (0724) 351292, Fax. : (0724) 351291, Gading Rejo : Pasar Gading Rejo-Kabupaten Pringsewu, Telp. : (0721) 95109, Fax. : (0721) 94919, Sidomulyo : Jl. Raya Sidomulyo No. 640 Pasar Sidomulyo-Lampung Selatan, Telp. : (0721) 7693000, Fax. : (0721) 7693140

KANTOR KAS, PEMDA Prov. Lampung : Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Teluk Betung-Bandar Lampung, Telp. : (0721) 485753, RSUAM : Jl. Dr. Rival No. 6 Bandar Lampung, Telp. : (0721) 786313, Panjang : Jl. Yos Sudarso Panjang-Bandar Lampung, PEKAB Lampung Tengah : Jl. Raya Padang Ratu No. 1 Gunung Sugih-Lampung Tengah, Telp. : (0725) 527774, PEKAB Way Kanan : Komplek Perkantoran Km. 2 Blambangan Umpu Way Kanan, Telp. : (0723) 461234, RS Bumi Waras : Jl. Wolter Monginsidi No. 235 Bandar Lampung, Telp. : (0721) 252663, Kas Way Halim : Jl. Ki Maja No. 122 Way Halim Kedaton Bandar Lampung, Telp. : (0721) 701912, Bakauiheni : Jl. Raya Bakauiheni, Pelabuhan Penyebrangan Bakauiheni-Lampung Selatan, UNILA : Komplek Universitas Lampung Gedung PKM Lt. 1 Jl. Prof. Dr. Sumantri Bojonegoro No. 1 Bandar Lampung, SMKN 1 Kota Bumi : Jl. Bougenvil No. 48 Kota Bumi-Lampung Utara, Telp. : (0724) 423078, Kemiling : Pasar Modern Terminal Kemiling Blok R4 No. 4 Jl. Imam Bonjol Bandar Lampung, Telp. : (0721) 273235

KANTOR PAYMENT POINT, SMKN 4 Bandar Lampung : Jl. Cokroaminoto No. 82 Bandar Lampung, Telp. : (0721) 240798, Krui : Jl. Wijaya Pasar Baru, Pasar Mulya Selatan-Krui-Lampung Barat, Telp. : (0728) 51056, Talang Padang : Jl. Tangsi Raya No. 2 Pasar Baru-Tanggamus, Telp. :

Kantor Cabang Utama	: Jl. Wolter Monginsidi No. 182 Bandar Lampung, Card Center : (0721) 480666
Antasari	: Jl. P. Antasari No. 35A Bandar Lampung
SEKDA Provinsi	: Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Bandar Lampung
Jakarta	: Jl. Majapahit No. 8 Harmoni - Jakarta Pusat Jl. Tomang Raya No. 42 Jakarta
Bandar Jaya	: Jl. Proklamator No. 134 Bandar Jaya - Lampung Tengah
Kota Bumi	: Jl. Jenderal Sudirman No. 134 Kotabumi - Lampung Utara Jl. Jenderal Sudirman No. 1 Kotabumi
Tulang Bawang	: Jl. Raya Gunung Sakti No. 29 Menggala - Tulang Bawang
Kartini	: Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang - Bandar Lampung
Sukadana	: Jl. Kolonel Arifin Sukadana - Lampung Timur
Metro	: Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 5 Jl. A. H. Nasution No. 3 Metro
Gading Rejo	: Pasar Gading Rejo - Tanggamus
Bukit Kemuning	: Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning - Lampung Utara
Unit II	: Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung - Tulang Bawang
Kallanda	: Jl. Veteran No. 16 Lampung Selatan Jl. Indra Bangawan No. 1 Kallanda
RSUAM	: Jl. Dr. Rival No. 6 Bandar Lampung
Kota Agung	: Jl. Juanda No. 58 Kota Agung
Natar	: Jl. Mayjen S. Purman No. 1 Kota Agung
RS. Urip Sumoharjo	: Jl. Raya Natar - Lampung Selatan
Pringsewu	: Jl. Urip Sumoharjo No. 200 Bandar Lampung
Liwa	: Jl. Jenderal A. Yani No. 12 Pringsewu
Way Kanan	: Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa - Lampung Barat Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu - Way Kanan

Dapatkan informasi selengkapnya dan layanan ramah serta simpatik dari Customer Service Officer (CSO) Kami pada Cabang Bank Lampung terdekat di kota anda

www.banklampung.co.id

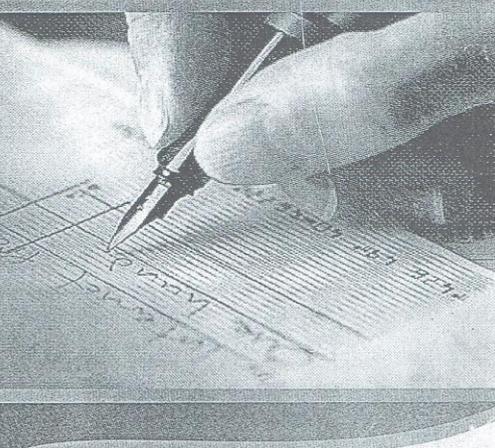


BANK LAMPUNG

REKENING GIRO

Giro Bank Lampung

Memberikan segala kemudahan bagi anda bertransaksi demi kelancaran usaha anda, penarikannya dapat dilakukan dengan cek, Bilyet giro dan sarana perintah pembayaran lainnya.





KEUNTUNGAN

- Dengan Cek dan Bilyet Giro Bank Lampung Transaksi usaha anda menjadi lebih mudah.
- Pemilik rekening Giro Perorangan diberikan Kartu ATM.
- Jasa Giro kompetitif, semakin besar saldo rekening, semakin tinggi jasa Giro yang akan diperoleh.
- Fasilitas ATM untuk rekening Perorangan yang dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, pembelian pulsa dll
- Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

KEMUDAHAN

- Pembukaan Rekening maupun pencairan cek dan bilyet giro dapat dilakukan disemua cabang Bank Lampung

- Diperuntukan untuk 'nasabah Perorangan atau Badan
- Tersedia pilihan rekening gabungan atau joint account.

PERSYARATAN

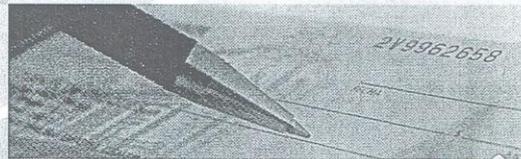
Nasabah Perorangan

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan Rekening
- Menunjukkan asli dokumen identitas diri, bukti kepemilikan usaha, NPWP dan menyerahkan fotocopy dokumen-dokumen tersebut
- Melakukan setoran Giro

Nasabah Badan

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan Rekening
- Menunjukkan asli dokumen identitas diri, legalitas badan hukum/badan, NPWP dan menyerahkan fotocopy dokumen-dokumen tersebut
- Melakukan setoran Giro

Syarat dan Ketentuan Berlaku



KREDIT USAHA RAKYAT

- > Limit Kredit KUR Mikro s/d Rp.25 juta
- > Limit Kredit KUR Ritel s/d Rp.200 juta

Jangka Waktu > Kredit Modal Kerja Maksimal 3 tahun
> Kredit Investasi Maksimal 5 tahun

Sektor Usaha : a). Sektor Pertanian, termasuk tanaman pangan Hortikultura, perkebunan dan Peternakan.
b). Sektor Perikanan, termasuk penangkapan dan pembudidayaan Ikan.

PERSYARATAN

- Usaha sudah berjalan minimal 6 (enam) bulan.
- Tidak sedang menerima kredit produktif dan kredit program dari pemerintah.
- Untuk kelompok harus memiliki usaha yang dikelola secara bersama (ketua dan bendahara) dan memiliki anggota minimal 10 orang anggota.

Dokumen yang diserahkan ke Bank Lampung

- Foto Copy e-KTP
- Foto Copy NPWP
- Foto Copy Kartu Keluarga
- Foto Copy Surat Ijin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) yang diterbitkan Pemerintah Daerah setempat atau ijin lainnya yang dapat dipersamakan dengan IUMK seperti Surat Keterangan Kelurahan/ Surat Keterangan Domisili Usaha
- Foto copy Kartu Tanda Nelayan bagi usaha nelayan penangkapan ikan maupun budidaya ikan laut.

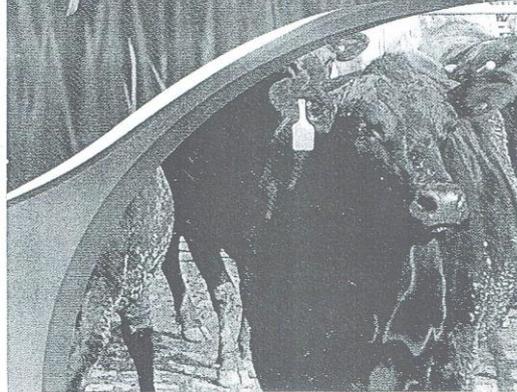


 BANK LAMPUNG

Kredit Usaha Rakyat

jangka waktu maks 3 tahun
untuk kredit Modal Kerja

jangka waktu maks 5 tahun
untuk kredit Investasi



Produk tabungan hasil kerjasama Bank Pembangunan Daerah seluruh Indonesia.

Cukup dengan membuka rekening dengan setoran ringan anda bisa menjadi nasabah Bank Lampung dan menikmati keuntungan dan kemudahannya.

KEUNTUNGAN

- Bunga simpanan kompetitif
- Biaya administrasi ringan untuk benefit yang anda peroleh
- Dana dapat dijadikan jaminan kredit
- Fasilitas ATM yang dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, pembelian pulsa dll
- Total hadiah 6 Milyar diundi 2x dalam setahun diikuti oleh seluruh Bank Pembangunan Daerah
- Bebas biaya transaksi di ATM Bank Lampung
- Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- Asuransi otomatis bebas Premi, pertanggungungan hingga 25 juta

Syarat dan Ketentuan Berlaku

KEMUDAHAN

- Channel Transaksi di ATM Bank Lampung dan ATM Bersama
- Online penyetoran dan penarikan dana diseluruh Cabang Bank Lampung
- Dapat dibuka atas nama 2 orang yaitu berupa Joint Account

PERSYARATAN

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan Rekening
- Menunjukkan asli dokumen identitas diri, bukti kepemilikan usaha, NPWP dan menyerahkan fotocopy dokumen-dokumen tersebut
- Melakukan setoran tabungan



ALAMAT BANK LAMPUNG

KANTOR CABANG, Kantor Cabang Utama : Jl. Wolter Monginsidi No. 182, Teluk Betung Bandar Lampung 35125, Telp : (0721) 457175, 459127, 485836, 486123, Fax : (0721) 485530, 481743, 482703, 489205, 483739, Card Center : (0721) 480666, Jakarta : Gedung Wisma Sarinah Lt. 1, Jl. Majapahit No. 8 Harmoni-Jakarta Pusat, Telp : (021) 3441305-06, Fax : (021) 3458712, Metro : Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 5, Telp : (0725) 411114, 42534, 41296, 45633, Fax : (0725) 41045, Kallanda : Jl. Kusuma Bangsa No. 29 Lampung Selatan, Telp (0727) 322182, 322184, 321350, Fax : (0727) 322183, Bandar Jaya : Jl. Proklamator No. 134 Kpc, Gunung Sugih Lampung Tengah, Telp (0725) 529546, 25144, 25133, 528417, Fax : (0725) 25133, Kotabumi : Jl. Jenderal Sudirman No. 135 Kotabumi Lampung Utara, Telp : (0724) 21378, 23227, 22298, Fax : (0724) 21377

KANTOR CABANG PEMBANTU, Pringsewu : Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 12 Pringsewu-Tanggamus, Telp : (0729) 21373, 21372, 23222, Fax : (0729) 21373, Bukit Kemuning : Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning-Lampung Utara, Telp : (0724) 91184, Fax : (0724) 91411, Liwa : Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa-Lampung Barat, Telp : (0728) 21363, 21343, Fax : (0728) 21343, Unit II : Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung-Tulang Bawang, Telp : (0726) 750211, 75033, Fax : (0726) 750210, Baradatu : Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu-Way Kanan, Telp : (0723) 475505, Fax : (0723) 475504, Antasari : Jl. Pangeran Antasari No. 35A Bandar Lampung 35122, Telp : (0721) 789010, 787288, Fax : (0721) 789192, Kartini : Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang-Bandar Lampung 35119, Telp : (0721) 2642025, 264626, Fax : (0721) 2646561, Menggala : Jl. Raya Gunung Sakti No. 29 Menggala-Tulang Bawang, Telp : (0726) 21401, 21165, Fax : (0726) 21401, Kota Agung : Jl. Juanda No. 58 Kota Agung-Tanggamus, Telp : (0722) 21443, Fax : (0722) 21509, Sukadana : Jl. Kolonel Arifin Sukadana-Lampung Timur, Telp : (0725) 623267, Fax : (0725) 623267, Natar : Jl. Raya Lintas Sumatera Natar-Lampung Selatan, Telp : (0721) 92805, 92017, Fax : (0721) 92006

KANTOR KAS KHUSUS, Daya Murni : Jl. Raya Daya Murni Tumajar-Tulang Bawang Barat, Telp : (0724) 351292, Fax : (0724) 351291, Gading Rejo : Pasar Gading Rejo-Kabupaten Pringsewu, Telp : (0721) 95109, Fax : (0721) 94919, Sidomulyo : Jl. Raya Sidomulyo No. 640 Pasar Sidomulyo-Lampung Selatan, Telp : (0721) 7693000, Fax : (0721) 7693140

KANTOR KAS, PEMDA Prov. Lampung : Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Teluk Betung-Bandar Lampung, Telp : (0721) 485753, RSUAM : Jl. Dr. Rivali No. 6 Bandar Lampung, Telp : (0721) 786313, Panjang : Jl. Yos Sudarso Panjang-Bandar Lampung, PEMKAB Lampung Tengah : Jl. Raya Padang Ratu No. 1 Gunung Sugih-Lampung Tengah, Telp : (0725) 527774, PEMKAB Way Kanan : Komplek Perkantoran Km. 2 Blambangan Umpu Way Kanan, Telp : (0723) 451234, RS Bumi Waras : Jl. Wolter Monginsidi No. 235 Bandar Lampung, Telp : (0721) 252663, Kas Way Halim : Jl. Ki Maja No. 122 Way Halim Kedaton Bandar Lampung, Telp : (0721) 701912, Bakauheni : Jl. Raya Bakauheni, Pelabuhan Penyebrangan Bakauheni-Lampung Selatan, UNILA : Komplek Universitas Lampung Gedung PKM Lt. 1, Jl. Prof. Dr. Sumantri Bojonegoro No. 1 Bandar Lampung, SMKN 1 Kota Bumi : Jl. Bougenivi No. 48 Kota Bumi-Lampung Utara, Telp : (0724) 423078, Kemiling : Pasar Modern Terminal Kemiling Blok R4 No. 4, Jl. Imam Bonjol Bandar Lampung, Telp : (0721) 273235

KANTOR PAYMENT POINT, SMKN 4 Bandar Lampung : Jl. Cokroaminoto No. 82 Bandar Lampung, Telp : (0721) 240798, Krul : Jl. Wijaya Pasar Baru, Pasar Mulya Selatan-Krul-Lampung Barat, Telp : (0728) 51056, Talang Padang : Jl. Tangsi Raya No. 2 Pasar Baru-Tanggamus, Telp :

Kantor Cabang Utama	: Jl. Wolter Monginsidi No. 182 Bandar Lampung, Card Center : (0721) 480666
Antasari	: Jl. P. Antasari No. 35A Bandar Lampung
SEKDA/Provinsi	: Jl. Wolter Monginsidi No. 69 Bandar Lampung
Jakarta	: Jl. Majapahit No. 8 Harmoni - Jakarta Pusat
Bandar Jaya	: Jl. Tomang Raya No. 42 Jakarta
Kota Bumi	: Jl. Proklamator No. 134 Bandar Jaya - Lampung Tengah
Tulang Bawang	: Jl. Jenderal Sudirman No. 134 Kotabumi - Lampung Utara
Kartini	: Jl. R.A. Kartini Blok E-F No. 99 Tanjung Karang - Bandar Lampung
Sukadana	: Jl. Kolonel Arifin Sukadana - Lampung Timur
Metro	: Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 5
Gading Rejo	: Jl. A.H. Hasudatun No. 3 Metro
Bukit Kemuning	: Jl. Sumber Jaya No. 2 Bukit Kemuning - Lampung Utara
Unit II	: Jl. Raya Lintas Timur Pasar Unit II Banjar Agung - Tulang Bawang
Kallanda	: Jl. Veteran No. 16 Lampung Selatan
RSUAM	: Jl. Indra Bangsawan No. 1 Kallanda
Kota Agung	: Jl. Dr. Rivali No. 8 Bandar Lampung
Natar	: Jl. Juanda No. 58 Kota Agung
RS, Urip Sumoharjo	: Jl. Mayjen S. Parman No. 1 Kota Agung
Pringsewu	: Jl. Raya Natar - Lampung Selatan
Liwa	: Jl. Jenderal A. Yani No. 12 Pringsewu
Way Kanan	: Jl. R.A. Kartini Pasar Liwa - Lampung Barat
	: Jl. Negara Baradatu No. 180A Baradatu - Way Kanan

Dapatkan informasi selengkapnya dan layanan ramah serta simpatik dari Customer Service Officer (CSO) Kami pada Cabang Bank Lampung terdekat di kota anda www.banklampung.co.id

BANK LAMPUNG

Tabungan SIMPEDA

Buka tabungan dan dapatkan hadiahnya !!!

TOTAL HADIAH 6M /thn

SIMPEDA
SIMPEDA (Simpatis, Inovatif, Modern, dan Berkualitas)

AYO ke BANK

TABUNGAN SIMPEDA

Simpanan Pembangunan Daerah



Manfaat

1. Fasilitas Online seluruh Cabang Bank Lampung
2. Untuk Perorangan atau Badan
3. Tingkat suku bunga menarik
4. Dana dijamin Lembaga Penjamin Simpanan
5. Secara otomatis dilindungi asuransi jiwa bebas premi, dengan nilai pertanggungan sampai dengan Rp25 Juta
6. Hadiah diundi 2 X dalam setahun secara Nasional
7. Hadiah Uang Tunai Dengan Total 6 Milyar
8. Mendapat Kartu ATM yang dapat diakses di ± 44.576 terminal berlogo ATM Bersama (Hanya untuk penabung perorangan)
9. Dapat melakukan pembayaran tagihan listrik, tagihan Telkom, tagihan pembayaran Telepon Selular, pembelian Pulsa Isi Ulang
10. Bebas biaya transaksi di mesin ATM Bank Lampung
11. Tersedia pilihan Rekening Gabungan atau Joint Account (Khusus rekening perorangan dan tanpa diberi ATM)
12. Setoran awal dan biaya administrasi ringan

Syarat Pembukaan Rekening

1. Perorangan

- a. Menyerahkan foto copy bukti identitas diri yang sah dan masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya, yaitu :
 - 1) WNI : KTP wilayah setempat, apabila Tabungan dibuka di Cabang diluar wilayah domisili maka wajib melampirkan Surat Keterangan Bekerja atau Surat Keterangan Domisili
 - 2) WNA : Passport dibuktikan dengan Kartu Izin Menetap Sementara (KIMS) / Kartu Izin Tinggal Sementara (KITAS) atau Kartu Izin Tinggal Tetap (KITAP)
 - 3) Usaha Perorangan : selain persyaratan untuk WNI sebagaimana butir 1.B.3.a.1) wajib melampirkan foto copy bukti kepemilikan usaha tersebut
 - 4) NPWP atau Bukti Permohonan Pembuatan NPWP
- b. Bagi Penabung yang belum mencapai usia 17 tahun dan secara hukum belum diwajibkan memiliki KTP, maka sebagai bukti identitas diri harus menyerahkan Kartu Pelajar minimal SLTP atau sederajat dengan melampirkan foto copy identitas diri dari orang tua/wali berupa KTP dengan memperlihatkan aslinya, serta Surat Persetujuan Orang Tua (Form BL-FT004) yang memuat informasi sebagai berikut :
 - 1) Nama orang tua/wali
 - 2) Alamat sesuai kartu identitas
 - 3) Pekerjaan
 - 4) Perkiraan penghasilan per bulan orang tua/wali
 - 5) Jenis dan nomor kartu identitas
 - 6) Hubungan dengan Penabung
 - 7) Persetujuan untuk membuka rekening Tabungan

2. Badan

- a) Badan Hukum
 - a. Mengisi dan menandatangani Formulir Permohonan beserta pendukungnya.
 - b. Surat ijin dari instansi yang berwenang (SIUP, TDP, SITU)
 - c. Akta Pendirian/Anggaran dasar beserta akte perubahan yang terakhir
 - d. Daftar susunan pengurus terakhir sesuai dengan Anggaran dasar/Perubahan terakhir
 - e. Kartu identitas/Bukti Diri (KTP/SIM/Paspor)
 - f. NPWP
- b) Bukan Badan Hukum
 - a. Mengisi dan menandatangani Formulir permohonan beserta pendukungnya
 - b. Surat ijin dari instansi yang berwenang (SIUP, TDP, SITU)
 - c. Akta Pendirian/Anggaran dasar beserta akte perubahan yang terakhir
 - d. Daftar susunan pengurus terakhir sesuai dengan Anggaran dasar/Perubahan terakhir
 - e. Kartu identitas/Bukti Diri (KTP/SIM/PASPOR)
 - f. NPWP

Dapatkan informasi selengkapnya dan layanan ramah serta simpatik dari Customer Service Officer (CSO) Kami pada Cabang Bank Lampung terdekat di kota anda



BANK LAMPUNG
Banknya Masyarakat Lampung

www.banklampung.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nur Handayani dilahirkan di Bandar Jaya pada tanggal 07 Desember 1998 anak kedua dari empat saudara dari Bapak Jumanto dan Ibu Wastiti. Saya memulai awal pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 4 Poncowati terbanggi besar lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Terbanggi besar lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di MAN 1 Lampung Tengah lulus pada tahun 2016, dan kemudian melanjutkan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro prodi D3 Perbankan Syariah hingga sekarang.