

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO DALAM
MENGHIMPUN DANA PADA BANK NAGARI
CABANG LUBUK ALUNG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Ahli Mada (A.md) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



Oleh:

**ANISA DWI PAYANA
58067/2010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN DIII
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO DALAM
MENGHIMPUN DANA PADA BANK NAGARI CABANG LUBUK
ALUNG**

Nama : Anisa Dwi Payana

NIM/TM : 58067/2010

Program Studi : Manajemen Perdagangan DIII

Fakultas : Ekonomi

Padang, Mei 2014

Diketahui Oleh,
Ketua Prodi Diploma III



Perengki Susanto, SE, M.Sc

NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



Firman, SE, M.Sc

NIP. 19800206 200312 1 004

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO DALAM MENGHIMPUN DANA
PADA BANK NAGARI CABANG LUBUK ALUNG**

Nama : Anisa Dwi Payana

NIM/TM : 58067/2010

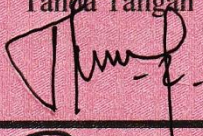


Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Mei 2014

Tim Penguji,

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Firman, SE, M.Sc	 _____
Anggota	Gesit Thabrani, SE, M.T	 _____
Anggota	Ramel Yanuarta, RE, SE, MSM	 _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Dwi Payana
Tahun Masuk / NIM : 2010 / 58067
Tempat, Tanggal Lahir : Pariaman, 19 juli 1991
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Cut nyak Dien Pariaman Tengah
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Deposito Dalam Menghimpun Dana di Bank Nagari Cabang Lubuk alung
No. Telp : 082389249009

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena tugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Januari 2014

Yang menyatakan,



Anisa Dwi Payana

NIM. 58067

ABSTRAK

**Anisa Dwi Payana (58067/2010) : Strategi Pemasaran Produk Deposito
Dalam Menghimpun Dana Pada Bank
Nagari Cabang Lubuk Alung**

Pembimbing : Firman, SE, M.Sc

Pengelolaan deposito adalah cara kerja secara teknis yang mesti dijalani seperti halnya nasabah yang menyimpan dananya pada bank dalam bentuk deposito disebut depositan. Adapun dokumen yang digunakan sebagai bukti bahwa depositan menyimpan dananya pada bank disebut bilyet deposito.

Penelitian ini menggunakan metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam hal ini penulis mendapatkan informasi yang memadai tentang aktivitas-aktivitas bank yang berkaitan dengan kegiatan deposito pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Bank Nagari Cabang Lubuk Alung selain dalam memberikan jasa-jasa perbankan, juga dapat disimpulkan dilihat dari pertumbuhan dana yang dihimpun dalam bentuk deposito selama periode 2007-2009 mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Deposito Dalam Menghimpun Dana Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung”. Adapun Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada Firman, SE, M.Si sebagai pembimbing yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama ini. Selain itu tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Yulia Wardi, Drs, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan.
3. Bapak Firman, SE, M.Sc Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam kelancaran administrasi dan perolehan buku-buku penunjang Tugas Akhir.

6. Ibu dan Ayah, serta kakak dan adik-adik terima kasih atas kasih sayang, dukungan moril dan juga materil.
7. Teman-teman di Fakultas Ekonomi yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan dalam menyusun Tugas Akhir ini, terutama teman-teman Program Studi DIII Manajemen Perdagangan angkatan 2010.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini mempunyai arti dan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Padang, Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB IPENDAHULUAN	
A. LatarBelakangMasalah	1
B. RumusanMasalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. ManfaatPenelitian.....	3
BAB IIKAJIAN TEORI	
A. PengertianStrategi	5
B. Pengertian Deposito dan Pengolahannya	6
C. Strategi Pemasaran	7
D. Strategi Pemasaran Bank.....	11
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	
A. BentukPenelitian	14
B. LokasidanWaktuPenelitian.....	14
C. RancanganPenelitian	14
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Profil Perusahaan	18
B. Pembahasan	35
C. Lingkungan Internal Bank Nagari Cabang Lubuk Alung	39
D. Lingkungan Eksternal Bank Nagari Cabang Lubuk Alung.....	40
E. Tindakan-Tindakan Strategi Bank.....	41
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	43

B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perkembangan Penghimpunana Dana Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung	37
Tabel 2. Data Produk Deposito Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1: Proses Strategi Pemasaran	10
Gambar 2: Struktur Organisasi Bank Nagari Sumatera Barat	13
Gambar 3: Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Lubuk Alung	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, baik itu berupa giro, tabungan maupun deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk menyalurkan dana (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya.

Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak".

Setelah dikeluarkannya Paket Oktober 1998 (Pakto 88) banyak bank-bank baru berdiri. Hal ini menimbulkan persaingan dalam menarik calon-calon nasabah yang potensial agar menjadi nasabahnya. Sementara itu tantangan terbesar yang dihadapi industri perbankan dewasa ini adalah apakah manajemen memiliki kreativitas menyediakan suatu produk yang dapat memnuhi suatu kebutuhan nasabahnya yang selalu berubah.

Dengan permintaan yang semakin dinamis dan siklus hidup produk yang semakin pendek, sehingga jika perusahaan/bank ingin tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang, maka haruslah memiliki kemampuan melakukan inovasi produk. Disamping, itu berhasil atau tidaknya suatu

perusahaan/bank mencapai sasaran, terletak pada cara manajemen mengelola perusahaan/bank secara baik pula.

Berbagai upaya untuk mengadakan perbaikan atau penyesuaian terhadap produk yang ada, baik dalam kualitas, daya tarik, sehingga produknya benar-benar baruberbeda dari produk yang ada dalam perusahaan/bank yang bersangkutan, haruslah dilakukan supaya produk tidak terlempar keluar dari area persaingan atau pasar. Upaya demikian dikenal dengan strategi pengembangan produk.

Manajemen perusahaan modern, memandang produk sebagai variabel yang dapat dikendalikan dalam perencanaan strategi pemasaran. Dalam kegiatan perbankan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mengembangkan suatu produk agar dapat meningkatkan jumlah konsumen dan dana yang dihimpun sehingga laba yang didapatkan lebih besar. Saat ini masyarakat sudah selektif dalam menyisihkan uangnya demi kebutuhan masa depan. Mulai dari barang-barang yang dapat bernilai seperti perhiasan, menyisihkan uang dlam rekening bisa di bank, sampai deposito. Maka berdasarkan hal tersebut penulis berkeinginan untuk menuangkan dalam bentuk tugas akhir dengan judul”**Strategi Pemasaran Produk Deposito dalam Menghimpun Dana Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Alung**”

B. Perumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Nagari Cabang Lubuk Alung dalam meningkatkan penghimpunan dana melalui produk deposito.
2. Apa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki deposito yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Nagari Cabang Lubuk Alung dalam meningkatkan penghimpunan dana melalui produk deposito.
2. Untuk mengetahui apa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki deposito yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sebagai umpan balik antara teori dengan praktek dilapangan sehingga penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang perbankan khususnya dalam promosi produk deposito dalam meningkatkan penghimpunan dana masyarakat dan penelitian ini dapat menyelesaikan tugas akhir penulis pada Fakultas Ekonomi UNP.

2. Bagi Bank Nagari Cabang Lubuk Alung

Tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Bank Nagari Cabang Lubuk Alung untuk lebih menyempurnakan kegiatan promosi dan pemasaran produk deposito.

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan bacaan yang dapat menambah informasi bagi pembaca tentang promosi produk deposito pada bank, sehingga nantinya bisa digunakan sebagai contoh maupun acuan bagi pembaca dalam pembuatan tugas akhir

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Bank Nagari Cabang Lubuk Alung bergerak dalam bidang usaha sebagaimana bank-bank lainnya seperti memberikan jasa-jasa perbankan. Dilihat dari pertumbuhan dana yang dihimpun dalam bentuk deposito selama periode 2010-2012 mengalami peningkatan.

B. Saran

- 1 Meningkatkan kegiatan periklanan dengan memilih media yang tepat sehingga dapat mengefesienkan biaya, juga intensitas pemunculan dari iklan lebih ditingkatkan.
- 2 Promosi dalam bentuk sponsorship agar lebih ditingkatkan dengan memilih cara-cara yang melibatkan banyak orang.
- 3 Promosi dengan personal selling agar lebih diberdayakan.
- 4 Menyediakan brosur-brosur tentang produk Bank Nagari agar nasabah lebih mengenal dan tertarik dengan produk Bank Nagari.
- 5 Memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang produk deposito.
- 6 Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Bank Nagari Cabang Lubuk Alung.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Emzir. 2012. *Analisis Data*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2012. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- PDF. www.strategipemasaran.com Diakses 20 januari 2014 12:37:24 PM