AKTIVITAS PEMASARAN PRODUK PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT CEMPAKA MITRA NAGARI PADANG

Lolly Amelia, Elva Dona
Akademi Keuangan dan Perbankan Padang

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode analisa kualitatif, yaitu dengan menganalisa aktivitas pemasaran produk bank dari PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang. kesimpulan mengenai aktivitas pemasaran produk bank yang dilakukan oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari, PT. BPR Cempaka Mitra Nagari adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang perbankan. Produk-produk yang dipasarkan dalam rangka kegiatan operasional bank yaitu berupa penghimpunan dana dalam bentuk tabungan terdiri dari tabungan cempaka, tabungan mitra nagari, tabungan qurban, tabungan pionir (tabungan pelajar), tabungan Kacio Siaga (KASIGA), Simpanan Bajapuik serta Deposito. PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang juga melakukan penyaluran dana dalam bentuk Kredit Investasi, Kredit Modal Kerja dan Kredit Konsumsi.

Kata Kunci: Aktivitas Pemasaran Produk

PENDAHULUAN

Secara umum lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu bank dan bukan bank. Undang-undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mengemukakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank juga badan usaha yang bertugas sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*), yang berfungsi menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana. Fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat yang berupa giro, tabungan, deposito, kemudian menyalurkan kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman. Kredit merupakan sumber pendapatan yang terbesar bagi bank dibandingkan sumber pendapatan lainnya.

Bank menurut Suyatno (1997:1) merupakan suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat tukar baru berupa uang giral.

Bank sebagai suatu perusahaan memerlukan kebijakan pemasaran untuk mendukung terlaksananya fungsi utama tersebut dan untuk memasarkan produk dan jasanya. Selain itu kebijakan pemasaran diperlukan karena telah terjadinya karena penting di bidang perbankan yang telah mendorong munculnya bank-bank baru dan cabang-cabang Asing di Indonesia, sehingga persaingan antar bank dalam memperebutkan pasar perbankan semakin ketat. Jika sebelumnya bank tidak pernah melakukan kegiatan pemasaran maka saat ini dipaksa harus melakukan pemasaran secara aktif dengan mendatangi calon nasabah baik di rumah maupun ditempat kerja yang disertai dengan promosi media-media. Sehingga bank dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada dan dapat bersaing dengan bank-bank lainnya. Suharjono (2002:316).

Bank memerlukan kebijaksanaan perusahaan yang mendukung terlaksananya fungsi utama bank dan untuk memasarkan produk dan jasanya. Selain itu kebijaksanaan pemasaran diperlukan karena terjadinya liberalisasi di bidang perbankan yang telah mendorong munculnya bank-bank baru dan cabang-cabang bank asing di Indonesia, sehingga persaingan antar bank dalam memperebutkan pasar perbankan semakin ketat.

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan perbankan. Pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan-kegiatan usaha dari produsen kepada konsumen. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran bank juga merupakan pemikiran yang berorientasi kepada nasabah, sehingga melalui pelayanan dari bank, kebutuhan dan keinginan nasabah dapat terpenuhi. Penyediaan keinginan dan kebutuhan terhadap produk bank ini harus dilakukan melalui perencanaan yang matang, baik untuk perencanaan jangka panjang maupun jangka pendek sehingga memudahkan terjadinya kegiatan pemasaran. Dalam praktek perbankan di Indonesia, terdapat dua buah bentuk bank berdasarkan jenisnya yang beroperasi yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan rakyat (Undang-Undang RI No. 10 tahun 1998) tentang perbankan.

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Sebagaimana halnya fungsi dan tugas perbankan di Indonesia. Bank umum juga merupakan *agent of development* yang bertujuan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat mempunyai kegiatan usaha yang lebih terbatas dibandingkan Bank Umum. Bank Perkreditan Rakyat hanya menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu dan tidak menerima penghimpunan dana dalam bentuk giro. Bank Perkreditan Rakyat juga tidak diperbolehkan melakukan penyertaan modal, kegiatan usaha dalam modal asing serta kegiatan perasuransianya. Dari dana yang terhimpun tersebut, PT.Bank Perkreditan

Rakyat Cempaka Mitra Nagari menyalurkannya dalam bentuk kredit untuk membiayai sektor-sektor usaha yang produktif dengan tujuan dapat meningkatkan nilai produk sehingga mempunyai daya jual yang tinggi.

PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang berada di Simpang Haru Padang yang berperan memberikan kontribusi aktif bagi keberhasilan pelaksanaan pembangunan khususnya dibidang penyediaan modal bagi masyarakat.

Berkaitan dengan pentingnya aktivitas pemasaran produk, maka hal ini perlu diterapkan pada PT. BPR Cempaka Mitra Nagari, sebagai lembaga keuangan perbankan di bidang jasa yakni sebagai mediator antara pihak yang mempunyai dana dan pihak yang membutuhkan dana. Untuk itu, perusahaan tidak dapat membatasi diri hanya pada usaha penempatan dana, tetapi harus lebih jeli dalam mengantisipasi kebutuhan konsumen melalui aktivitas pemasaran produk yang dilakukan yakni dengan memperhatikan produk-produk tabungan yang ditawarkan kepada nasabah, pemberian potongan, lokasi yang digunakan serta promosi yang akan dijalankan. Adapun jenis-jenis produk tabungan pada PT. BPR Cempaka Mitra Nagari dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Jenis Tabungan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang

No	Jenis Tabungan
1.	Tabungan Mitra Nagari
2.	Tabungan Cempaka
3.	Tabungan Pionir (tabungan pelajar)
4.	Tabungan Qurban
5.	Tabunga Kacio Siaga (KASIGA)

Sumber : PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang

Keunggulan-keunggulan dari PT.BPR Cempaka Mitra Nagari ini adalah memberikan pelayanan prima yang berkualitas dan terpercaya, menjadi mitra bagi masyarakat ekonomi kecil yang membutuhkan dana untuk pengembangan usahanya. Selain itu PT. BPR Cempaka Mitra Nagari juga menyediakan pelayanan jasa simpanan bajapuk (tabungan) untuk nasabah yang tidak memiliki waktu datang ke bank untuk menabung.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir yaitu bagaimana aktivitas pemasaran PT. Bank Perkreditan Rakyat, yakni PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Bank

Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang sehingga dapat lebih baik dalam menjalankan kegiatan-kegiatannya terutama kegiatan pemasaran bank.

- b. Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara :

- a. Library Research (Studi Kepustakaan)
Mengumpulkan data-data dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas melalui literatur-literatur yang ada baik berupa buku-buku ataupun majalah-majalah ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.
- b. Field Research (Studi Lapangan)
Pada Studi Lapangan ini, penulis melakukan studi langsung ke PT. Bank Perkreditan Rakyat, yakni PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang agar didapatkan data-data serta keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

Metode Analisa Data

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode analisa kualitatif, yaitu dengan menganalisa aktivitas pemasaran produk bank dari PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang.

Analisa dan pembahasan

Produk Penghimpunan Dana Masyarakat

a. Tabungan

Bentuk tabungan yang dihimpun oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari terdiri dari:

- 1) Tabungan Cempaka
Tabungan Cempaka adalah tabungan khusus untuk nasabah kredit dan karyawan nomor rekeningnya diawali dengan 330.0. besar bunga tabungan di BPR Cempaka Mitra Nagari yaitu sebesar 4% dan biaya administrasinya sebesar 1.500 per bulan.
- 2) Tabungan Mitra Nagari
Tabungan Mitra Nagari adalah tabungan nasabah umum, tabungan ini dapat ditarik sewaktu-waktu. Setoran awal nya sebesar Rp.20.000,-
- 3) Tabungan Qurban
Tabungan qurban adalah tabungan untuk qurban. Tabungan ini tidak ada dikenakan biaya administrasi, bunga nya 3% per tahun. Setoran awal nya sebesar Rp.25.000,- dan setoran maksimal nya sebesar Rp.50.000,-
- 4) Tabungan Pionir (Tabungan Pelajar)
Tabungan Pionir adalah tabungan khusus untuk pelajar yang belum mempunyai KTP. Tabungan pelajar ini di tujukan untuk anak TK, serta anak SD. Tabungan pelajar ini tidak dikenakan biaya administrasi dan bunga nya sebesar 2,5%. Tabungan ini dapat di tarik sewaktu-waktu

setoran awal nya sebesar Rp.5.000,- setoran maksimal nya sebesar Rp.15.000,-

5) Tabungan Kacio Siaga (KASIGA)

Tabungan Kacio Siaga adalah tabungan siaga jika ada bencana alam seperti gempa bumi dan lain-lain dan bekerja sama dengan ABSIGAB Asosiasi Siaga Bencana bunganya sebesar 4% pertahun dan setoran awal sebesar Rp. 20.000,-

Adapun fasilitas yang diperoleh nasabah adalah :

- a). Bunga menarik.
- b). Pengambilan dan penyetoran dapat dilakukan kapan saja.
- c). Gratis asuransi jiwa.

Persyaratan pembukaan rekening tabungan adalah :

- a). Menyerahkan *photocopy* KTP/SIM.
- b). Mengisi formulir pembukaan tabungan.

b. Simpanan Bajapauik

Tabungan simpanan bajapauik merupakan salah satu produk penghimpunan dana PT. BPR. Cempaka Mitra Nagari Padang yang dilakukan dengan sistem jemput bola atau mendatangi nasabah. Adapun fasilitas yang diperoleh nasabah adalah :

- a). Bunga menarik.
- b). Penyetoran dijemput ketempat nasabah.

Persyaratan pembukaan Simpanan Bajapauik adalah :

- a). Mengisi formulir Simpanan Bajapauik.
- b). Menyerahkan *photocopy* KTP/SIM.
- c). Setoran awal minimal Rp.25.000,-

c. Deposito

Adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Adapun fasilitas yang dapat diperoleh nasabah adalah :

- a). Deposito dalam rupiah.
- b). Bunga deposito bersaing.
- c). Bunga dapat diambil setiap bulan atau dipindahbukukan ke rekening tabungan.
- d). Jangka waktu dapat dipilih antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 24 bulan. Deposito juga dapat diperpanjang secara otomatis.

Persyaratan pembukaan rekening Deposito Berjangka PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang adalah :

- a). Mengisi permohonan.
- b). Menyerahkan *photocopy* KTP/SIM.

Untuk melihat perkembangan penghimpunan dana PT. BPR Cempaka Mitra nagari Padang secara terperinci dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1
Perkembangan Penghimpunan Dana Masyarakat
PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Nagari Padang
Tahun 2012-2015 (Dalam Ribuan)

Tahun	Penghimpunan Dana Masyarakat	
	Jumlah (Rp)	Perubahan (%)
2012	10.224.947	-
2013	7.472.251	(26.92)
2014	6.894.969	(0.77)
2015	6.542.131	(0.51)

Sumber : PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang

Berdasarkan tabel 1 penghimpunan dana masyarakat pada PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang dari tahun 2012 sampai 2015 trend cenderung menurun pada tahun 2012-2013 sebesar Rp. 2.752.696,- atau 26,92% begitu juga pada tahun 2013-2014 sebesar Rp. 577.282,- atau 0,77% kemudian pada tahun 2014-2015 sebesar Rp. 352.838,- atau 0,51% hal ini disebabkan oleh penurunan nilai tabungan dan deposito, penurunan tingkat tabungan masyarakat dari tahun 2012-2013 sebesar Rp. 37.696,- atau 28,28% pada tahun 2013-2014 sebesar Rp. 148.718,- atau 11,54% kemudian pada tahun 2014-2015 sebesar Rp. 36.838 atau 0,25% penurunan deposito masyarakat tahun 2012-2013 sebesar Rp. 2.715.000,- atau 30,50% begitu juga pada tahun 2013-2014 sebesar Rp. 726.000,- atau 11,74% kemudian pada tahun 2014-2015 sebesar Rp. 116.000,- atau 0,21%. Secara umum menurunnya jumlah penghimpunan dana masyarakat PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang disebabkan karena masyarakat membutuhkan banyak biaya untuk membeli perlengkapan sekolah dan di waktu lebaran masyarakat lebih memilih belanja untuk keperluan lebaran daripada menabung, dan dapat dilihat dari rata-rata perubahan penghimpunan dana masyarakat pertahunnya maka diketahui penurunan sebesar 8.54% dikarenakan terjadinya penurunan tabungan sebesar 5.48% dan penurunan deposito sebesar 6.18% pertahunnya.

Penyaluran Dana

Jenis-jenis produk penyaluran dana/kredit yang disalurkan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari adalah sebagai berikut :

1) Kredit Modal Kerja

Adalah kredit yang diberikan oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang kepada nasabahnya untuk keperluan sebagai modal kerja usahanya seperti berdagang, yang mana kredit ini diberikan kepada nasabah yang ingin membuka suatu usaha tetapi tidak mempunyai modal dasar untuk memulai usahanya tersebut. Disini bank memberikan kredit sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2) Kredit Investasi

Kredit yang diberikan oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang kepada para nasabahnya yang mana kredit ini dipergunakan untuk keperluan perbaikan atau penambahan barang-barang modal kerja beserta fasilitas-fasilitas lainnya. Misalnya untuk membangun gudang, pabrik, membeli atau mengganti mesin-mesin dan lain sebagainya.

3) Kredit Konsumsi

Kredit yang diberikan oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang kepada para nasabahnya atau debitur yang mana kredit ini diperlukan untuk keperluan konsumsi atau keperluan untuk mencukupi kebutuhan/tuntutan hidup sehari-harinya yang belum dapat terpenuhi dengan penghasilan yang diperolehnya, seperti keperluan untuk menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi serta kebutuhan-kebutuhan lainnya yang juga akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi.

Untuk melihat perkembangan jumlah kredit yang diberikan kepada masyarakat dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2
Perkembangan Penyaluran Dana Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat
Cempaka Mitra Nagari Padang
Tahun 2012-2015 (Dalam Ribuan)

Tahun	Jumlah Kredit	Perkembangan Kredit
2012	8.993.256	-
2013	6.210.464	30,94
2014	5.226.773	(15,83)
2015	5.190.323	(0,69)

Sumber : PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang

Berdasarkan tabel 2 perkembangan jumlah kredit yang disalurkan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang dari tahun 2012 sampai 2015 mengalami penurunan sebesar Rp. 3.802.933,- yang berarti menurunnya dana masyarakat dalam bentuk kredit, menurunnya penyaluran dana masyarakat dalam bentuk kredit disebabkan oleh lemahnya pembinaan nasabah oleh bank di lapangan dalam memproses permintaan kredit dari calon nasabah sehingga mempersempit peluang debitur untuk melakukan itikad baiknya, oleh sebab itu petugas bank/kredit harus mampu membaca situasi dalam memberikan peningkatan minat masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit untuk memperluas ruang lingkup usahanya agar berkembang lebih pesat dan hal ini merupakan peluang yang baik bagi PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang.

Dari data-data di atas maka dapat disimpulkan rata-rata perubahan perkembangan penyaluran dana kredit pada tahun 2013 menurun sebesar 30,94% dan tahun 2014 sebesar 15,83% kemudian pada tahun 2015 menjadi 0,69% sedangkan rata-rata pertumbuhan kredit dari tahun 2012 hingga 2015 adalah sebesar 4,8%.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka penulis dapat menyampaikan beberapa kesimpulan mengenai aktivitas pemasaran produk bank yang dilakukan oleh PT. BPR Cempaka Mitra Nagari, yaitu sebagai berikut :

PT. BPR Cempaka Mitra Nagari adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang perbankan. Produk-produk yang dipasarkan dalam rangka kegiatan operasional bank yaitu berupa penghimpunan dana dalam bentuk tabungan terdiri dari tabungan cempaka, tabungan mitra nagari, tabungan qurban, tabungan pionir (tabungan pelajar), tabungan Kacio Siaga (KASIGA), Simpanan Bajapuk serta Deposito. PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang juga melakukan penyaluran dana dalam bentuk Kredit Investasi, Kredit Modal Kerja dan Kredit Konsumsi.

Agar aktivitas pemasaran yang dilakukan dapat terencana dan terarah maka PT. BPR Cempaka Mitra Nagari menerapkan kebijaksanaan bauran pemasaran dengan cara menciptakan produk simpanan dengan kualitas yang baik, kemudahan-kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut, menetapkan tingkat suku bunga sesuai dengan ketentuan yang berlaku, tempat operasional yang strategis, menggunakan karyawan yang mempunyai rasa loyalitas yang tinggi dan berpotensi dibidangnya serta memberikan pelayanan yang ramah dan baik. Bauran pemasaran dari PT. BPR Cempaka Mitra Nagari secara garis besar adalah :

- a. Produk-produk yang dipasarkan dalam rangka kegiatan operasional bank yaitu berupa penghimpunan dana dalam bentuk tabungan terdiri dari tabungan cempaka, tabungan mitra nagari, tabungan qurban, tabungan pionir (tabungan pelajar), tabungan Kacio Siaga (KASIGA), Simpanan Bajapuk serta Deposito PT. BPR Cempaka Mitra Nagari juga melakukan penyaluran dana dalam bentuk Kredit Investasi, Kredit Modal Kerja dan Kredit Konsumsi.
- b. Harga, dengan menetapkan suku bunga tabungan 2,00% sampai 4,00% pertahun dan suku bunga deposito sebesar 7,50% sampai 8,75 % pertahun. Sedangkan suku bunga kredit ditetapkan berdasarkan jumlah tabungan, yakni sebesar :
 - 1) Untuk pinjaman Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 25.000.000,- = 22%/th.
 - 2) Untuk pinjaman > Rp. 25.000.000,- s/d 50.000.000,- = 21%t/th.
 - 3) Untuk pinjaman > Rp. 50.000.000,- = 19%/th.
- c. Lokasi, PT. BPR Cempaka Mitra Nagari di Jalan Andalas No. 2G Simpang Haru Padang. Lokasi kantor PT. BPR Cempaka Mitra Nagari yang terletak berdekatan dengan pasar, sekolah, perumahan penduduk, instansi pemerintah dan pedagang.
- d. Promosi, PT. BPR Cempaka Mitra Nagari mengenalkan produknya melalui periklanan, kegiatan promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi dengan berusaha untuk menarik calon nasabah yang baru dan mempertahankan yang lama.
- e. Karyawan, PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda-beda mulai dari SMU sampai sarjana.

- f. Proses, merupakan aktivitas yang terdiri dari prosedur penghimpunan dana dan penyaluran dana, serta aktivitas pegawai/karyawan PT. BPR Cempaka Mitra Nagari Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dona, E. (2015). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Association Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Smartphone Advan Di Kota Padang. *Jurmak*, 47-60.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p>
- Fernos, J., & Putra, Y. E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega Syari'ah Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/y2baf>
- Kuncoro, Mudrajad dan Suharjono, Manajemen Perbankan, Penerbit BPFE-Yogyakarta, 2002.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, 1999.
- Hasibuan, Malayu S.P, Dasar-Dasar Perbankan, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2007.
- Hidayati, R. R., & Marlius, D. (2018). Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8dggq>
- Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Kasmir, S.E. M.M, Bank dan Lembaga Keuangan lainnya, Rajawali Pers, Jakarta, 2006.
- Lupiyoadi, Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Marlius, D. Putriani, I. (2019). Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service. *Jurnal Pundi*. Volume 3. No. 2. Hal.111-122. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.151>
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Putra, Y. E., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hcsw2>
- Suyanto, Thomas, Kelembagaan Perbankan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Penerbit PT. Prehalindo, Jakarta, 1999.

Hayati, Reni, Aktivitas Pemasaran Produk Bank, Tugas Akhir AKBP, Padang, 2007.

Fasily, Dana, Aktivitas Pemasaran Produk Bank, Tugas Akhir AKBP, Padang, 2009.

Widayati, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/3Z5YC>

Widayati, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/S3UZM>