

Lampiran

LEMBAR INTERVIEW GUIDE

A. Perencanaan Promosi

1. Bagaimana staff AMD BTN menganalisis situasi dalam menargetkan calon pembeli ?
2. Bagaimana cara yang dilakukan staff AMD BTN dalam menetapkan sasaran pembeli yang akan dituju?
3. Mengapa penyusunan strategi dan program harus dilakukan staff AMD BTN sebelum mempromosikan rumah lelang?
4. Bagaimana strategi dan program tersebut?
5. Koordinasi seperti apa yang dilakukan antar staff AMD BTN dalam membuat strategi promosi penjualan rumah lelang?

B. Pelaksanaan Promosi

1. Adakah anggaran yang dikeluarkan oleh Bank BTN cabang Lampung dalam mempromosikan rumah lelang?
2. Bagaimana pengaruh anggaran tersebut dalam melakukan promosi?
3. Bagaimana cara yang dilakukan oleh staff AMD BTN dalam menentukan *promotional mix* agar tujuan promosi tercapai?
4. Media apa sajakah yang digunakan oleh staff AMD BTN dalam mempromosikan rumah lelang?

5. Bagaimana pengaruh media-media tersebut dalam penjualan rumah lelang?
6. Hambatan apa saja yang ditemui staff AMD BTN dalam menggunakan media-media tersebut?
7. Seberapa efektif penggunaan media-media tersebut?
8. Bagaimana cara yang dilakukan staff AMD BTN untuk meningkatkan strategi promosi penjualan rumah lelang?
9. Sudah sejauh mana peningkatan strategi promosi tersebut?

C. Pengendalian Komunikasi

1. Apakah staff AMD BTN melakukan investigasi terhadap strategi promosi yang diterapkan?
2. Bagaimana pengembangan sistem informasi yang ada di BTN cabang lampung dalam kegiatan promosi rumah lelang?
3. Bagaimana staff AMD BTN melakukan pengoperasian terhadap sistem informasi yang digunakan?

D. Evaluasi Promosi

1. Bagaimana kebijakan yang dilakukan Bank BTN cabang Lampung setelah mengevaluasi hasil penjualan rumah lelang dengan program promosi yang telah dilaksanakan?

TRANSKRIP WAWANCARA

- Transkrip wawancara dengan Bapak Robby, Bapak Nanda dan Bapak Tri (staff Asset Management Divison (AMD) Bank BTN Cabang Lampung)

1. Bagaimana staff AMD BTN menganalisis situasi dalam menargetkan calon pembeli ?

Jawaban : Sebenarnya menganalisis situasi pasar bukan hal yang mudah dilakukan tanpa adanya kerjasama tim. Kami harus tau dulu bagaimana situasi pasar disekitar BTN, seperti halnya pesaing. Sekarang ini banyak juga bank yang menjadi kepercayaan nasabah, makanya BTN ini butuh kerjasama tim untuk sama-sama menganalisis bagaimana situasi pasar diluaran sana.

2. Bagaimana cara yang dilakukan staff AMD BTN dalam menetapkan sasaran pembeli yang akan dituju?

Jawaban : Target sasaran bank *kan* nasabah, jadi biasanya kami mengelompokkannya sesuai penghasilan atau juga kebutuhan. Misalnya rumah lelang yang tergolong mewah biasanya kami promosiin ke nasabah atau masyarakat yang penghasilannya menengah ke atas. Sebaliknya, *kalo* rumah lelang nya termasuk standard *ya* bisa dipromosiin ke masyarakat atau nasabah bukan golongan atas. *Terus juga* kami sesuain sama kebutuhan. Contohnya, ada

nasabah BTN lagi cari rumah yang bisa digunain untuk usaha. *Nah*, ini termasuk kebutuhan yang harus dipenuhi. Kami bisa menawarkan rumah nasabah sitaan BTN yang ada warungnya. Setelah itu, *kalau* nasabahnya setuju ya mereka ajuin permohonan lelang ke KPKNL (Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang).

3. Mengapa penyusunan strategi dan program harus dilakukan staff AMD BTN sebelum mempromosikan rumah lelang?

Jawaban : Tentu penting, karena dalam melaksanakan sesuatu *apalagi* menjual, pasti harus ada *strateginya dong*. Karena, kami mau kinerja kami *terschedule* dan tidak sembarangan. Menjual *kan* bukan hal yang mudah, jadi perlu ada strategi.

4. Bagaimana strategi dan program tersebut?

Jawaban : Kami akan melaksanakan strategi yang sudah disepakati, seperti memperluas jaringan promosi kami dan juga membangun *personal selling* yang baik. Karena dengan melakukan hal tersebut, promosi yang dilakukan dapat berjalan efektif.

5. Koordinasi seperti apa yang dilakukan antar staff AMD BTN dalam membuat strategi promosi penjualan rumah lelang?

Jawaban : Kami punya tugas yang berbeda agar pelaksanaan promosi *nanti* dapat terstrukturisasi. Misalnya, saya bertugas melakukan promosi dengan media elektronik. Dan saya koordinasi kepada rekan saya, Nanda untuk promosi

menggunakan media cetak. Pembagian tugas seperti ini menurut kami efektif.

6. Adakah anggaran yang dikeluarkan oleh Bank BTN cabang Lampung dalam mempromosikan rumah lelang?

Jawaban : Untuk melakukan promosi seperti ini pasti membutuhkan biaya *ya* , kantor memberikan anggaran untuk biaya penerbitan iklan, penerbitan brosur, juga uang *transport* untuk *marketing* yang turun ke lapangan. Jadi penyusunan anggaran *itu* penting dan *memang* harus dilakukan. Tanpa anggaran, strategi promosi tidak bisa dilaksanakan.

7. Bagaimana pengaruh anggaran tersebut dalam melakukan promosi?

Jawaban : Tidak bisa dipungkiri bahwa anggaran memang sangat berpengaruh terhadap kualitas promosi yang akan dilakukan, Bank BTN menerbitkan iklan rumah lelang di surat kabar harian Lampung *itu* mencapai 5 juta per minggu, dan mendapat 1 kali terbitan. *Itu* saja kualitasnya terbilang biasa karena hanya tulisan hitam putih. Mungkin *kalo* orang yang emang *gak* merhatiin, iklan itu gak terbaca.

8. Bagaimana cara yang dilakukan oleh staff AMD BTN dalam menentukan *promotional mix* agar tujuan promosi tercapai?

Jawaban : Kalau bauran promosi yang digunakan BTN *sih* penerbitan iklan di berbagai media seperti koran, *website* resmi btn, sosial media, brosur, kadang kami *kayak* memasang dp di

bbm, atau juga kami melakukan penjualan dari mulut ke mulut sehingga promosi tersebut benar-benar menyebar ke masyarakat atau target sasaran kami, tapi yang paling sering dilakukan hanya periklanan.

9. Media apa sajakah yang digunakan oleh staff AMD BTN dalam mempromosikan rumah lelang?

Jawaban : Kebijakan Bank BTN dalam mempromosikan rumah lelang yaitu dengan menerbitkan iklan di media cetak, seperti di surat kabar atau juga dalam bentuk brosur. Dengan memakai media seperti ini, masyarakat akan dapat lebih jelas memahami apa isi dari iklan yang kami tawarkan. Surat kabar yang kami gunakan yaitu Tribun Lampung, karena kami memang bermitra dengan Tribun Lampung. Ada kerjasamanya gitu maksudnya. Selain itu, kami juga menggunakan media elektronik seperti media sosial dan *website*.

10. Bagaimana pengaruh media-media tersebut dalam penjualan rumah lelang?

Jawaban : Media-media tersebut sangat berpengaruh terhadap promosi penjualan rumah yang dilelang. Sebab, masyarakat Lampung akan mengetahui informasi tersebut melalui media yang telah disebar.

11. Hambatan apa saja yang ditemui staff AMD BTN dalam menggunakan media-media tersebut?

Jawaban : Hambatannya biasanya kalau di media cetak seperti brosur, Bank BTN sangat kekurangan karyawan sehingga pelaksanaan promosinya tidak terlalu maksimal.

12. Bagaimana cara yang dilakukan staff AMD BTN untuk meningkatkan strategi promosi penjualan rumah lelang?

Jawaban : Cara kami adalah dengan memperluas target sasaran kami untuk kami sebarakan promosi kami, seperti memperbanyak *followers* di sosial media.

13. Apakah staff AMD BTN melakukan investigasi terhadap strategi promosi yang diterapkan?

Jawaban : Untuk melakukan investigasi dalam rangka memonitoring kinerja karyawan, kami melakukan rapat internal. Rapat internal ini dilakukan 3 kali dalam seminggu. Kami membahas perencanaan strategi, mengatur strategi, laporan penjualan rumah lelang, data kredit macet nasabah dan hasil dari strategi promosi yang dilakukan.

14. Bagaimana pengembangan sistem informasi yang ada di BTN cabang lampung dalam kegiatan promosi rumah lelang?

Jawaban : Sistem informasi yang kami gunakan untuk melakukan promosi rumah lelang ini mengandalkan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang. Awalnya, kami hanya mempromosikan melalui iklan di koran. Lalu,

seiring berjalannya teknologi, akhirnya BTN punya website untuk penjualan properti seperti produk rumah lelang salah satunya. Website nya BTN Properti, semua bisa diakses disana tentang properti, ada rumah lelang, rumah KPR, jadi sistem informasi yang semakin maju, semakin memudahkan nasabah serta kami selaku pegawai bank.

15. Bagaimana staff AMD BTN melakukan pengoperasian terhadap sistem informasi yang digunakan dan hambatan seperti apa yang dihadapi ?

Jawaban : Sistem informasi seperti ini kan termasuk teknologi buatan manusia, jadi pasti ada juga kurangnya, biasanya hambatannya kalau sedang eror, *gak* bisa ngapa-ngapain deh, *gak* bisa liat data nasabah, atau mau input data nasabah. Makanya pasti abang ini pernah denger-denger *kalo* ke bank mau bayar uang kuliah terus katanya lagi gangguan atau eror. Ya seperti itu hambatannya. Untuk memperbaiki nya tergantung gangguannya. Itu urusan bagian IT, tapi sejauh ini belum pernah sampai berhari-hari. Saya rasa nanti semakin lama semakin canggih pengembangan sistem informasinya.