

TINJAUAN PROMOSI PENJUALAN PADA PRODUK TABUNGAN

BATARA BANK BTN CABANG KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Bank BTN merupakan Bank yang telah menjadi *market leader* dalam produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah), juga memiliki kewajiban untuk memperbaiki struktur pendanaan dengan meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui focus dalam menawarkan porsi dana murah salah satunya dari produk BTN Batara. Salah satu cara yang dilakukan Bank BTN adalah dengan mengadakan program promosi penjualan, seperti hadiah langsung dan undian berhadiah, khususnya pada produk dana tabungan Batara.

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan program promosi penjualan yang dilakukan oleh bank BTN, kendala yang dihadapi dalam program promosi penjualan serta solusi yang diberikan.

Hasil dari studi ini secara deskriptif menggambarkan pelaksanaan program promosi penjualan BTN yang menasar pada hampir seluruh alat promosi penjualan. Saran yang diberikan kepada bank BTN yaitu menjadikan strategi promosinya lebih meningkat lagi.

Kata Kunci : Promosi Penjualan

**SURVEY OF SALES PROMOTION ACCORDING TO BATARA
SAVINGS PRODUCT ON SUBDIVISION BANDUNG CITY OF BTN
BANK**

ABSTRACT

Bank BTN is market leader for KPR product (Kredit Pemilikan Rumah) also have an obligations to fix funding structur by improve Dana Pihak Ketiga (DPK) and focus to offer cheap funds that one of from BTN Batara product. And to do selling promotion program. For example; direct gift and grand prize by vote, especially for danatabungan Batara product.

Purpose from this study is to find out implementation for selling promotion program that BTN do, obstacles, and solution.

Conclusion from this study by desriptif metode to find out promotion selling program BTN that using by all promotion tools. Suggest for BTN is have to increase they promotion strategy.

Keyword: Sales Promotion

