

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUPER UNTUNG
UNTUK MENINGKATKAN NASABAH PADA BANK TABUNGAN
NEGARA (BTN) KANTOR KAS SURAPATI**

Oleh :Firzi Ramadhani

Pembimbing : Teguh Iman Basuki S,Kom., MM, CCS, CBT

ABSTRAK

Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan Super Untung yang diterapkan oleh Bank Tabungan Negara (BTN) kantor kas Surapati. Strategi pemasaran yang tepat merupakan kunci sukses pemasaran suatu produk dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah nasabah.

Metode studi yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi pustaka dan studi lapangan dengan cara observasi dan wawancara yang dilakukan pada Bank Tabungan Negara (BTN) kantor kas Surapati.

Berdasarkan hasil studi maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara (BTN) kantor kas Surapati terhadap produk tabungan Super Untung dengan penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Prosedur mengikuti tabungan Super Untung dilakukan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan bank. Hambatan yang dihadapi Bank Tabungan Negara (BTN) kantor kas Surapati adalah kurangnya sosialisasi produk tabungan Super Untung.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, dan Tabungan Super Untung

***MARKETING STRATEGY SUPER UNTUNG SAVINGS PRODUCT TO
INCREASE CUSTOMERS AT BANK TABUNGAN NEGARA (BTN)
SURAPATI CASH OFFICE***

By : Firzi Ramadhani

Supervisor : Teguh Iman Basuki S,Kom., MM, CCS, CBT

ABSTRACT

This Final Project writing aims to find out the marketing strategy of the Super Untung savings product which is implemented by the Bank Tabungan Negara (BTN) Surapati cash office. The right marketing strategy is the key to successful marketing a product in attracting interest and increasing the number of customers.

The study method used in writing this Final Project is a descriptive method. The data collection technique used was literature study and field study by means of observations and interviews conducted at the Bank Tabungan Negara (BTN) Surapati cash office .

Based on the results of the study, the writer can draw the conclusion that the marketing strategy undertaken by the Bank Tabungan Negara (BTN) Surapati cash office on the Super Untung savings product by applying the marketing mix consisting of 7P, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The procedure for following Super Untung savings is carried out in accordance with the stipulated provisions. The obstacle faced by the Bank Tabungan Negara (BTN) Surapati cash office is the lack of socialization of Super Untung savings products.

Keywords : Marketing Strategy, and Super Untung Savings