

STRATEGI PEMASARAN *STAFF RELATIONSHIP OFFICER*
***KONSUMER* PADA PEMBUKAAN REKENING TANDAMATA MYFIRST**
DI BANK bjb KANTOR CABANG BUAH BATU

Ditulis oleh :

Karina Aura Putri

Pembimbing :

Susinah Kuntadi, S.T., M.M

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh staf *Relationship Officer Konsumer* dalam memasarkan produk Tabungan Tandamata *MyFirst* di Bank bjb Kantor Cabang Buah Batu Bandung. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Promosi dilakukan secara langsung melalui sosialisasi kepada orang tua dan anak-anak di lingkungan sekolah maupun masyarakat umum. Hambatan yang dihadapi adalah kurangnya literasi keuangan pada sebagian orang tua dan resistensi pendaftaran. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang lebih intensif dan edukatif untuk meningkatkan kesadaran pentingnya menabung sejak dini. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan strategi pemasaran produk tabungan anak di Bank bjb.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan My First

**MARKETING STRATEGY OF STAFF RELATIONSHIP OFFICER
AT THE OPENING OF MYFIRST SOUVENIR ACCOUNT AT
BANK bjb BUAH BATU BRANCH**

Written by :

Karina Aura Putri

Advisor :

Susinah Kuntadi, S.T., M.M

ABSTRACT

This study aims to examine the pemasaran strategies implemented by the Consumer Relationship Officer in promoting the Tandamata MyFirst savings product at Bank BJB Buah Batu Branch, Bandung. The research uses a descriptive approach through field observation, interviews, and documentation. The findings show that the pemasaran strategy applies the 7P pemasaran mix, including product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Direct promotion is carried out through socialization efforts targeting both parents and children in schools and the surrounding community. The main challenges faced the low level of financial literacy among parents. Therefore, more intensive and educational communication strategies are needed to raise awareness about the importance of saving from an early age. This study is expected to serve as an evaluation and reference for improving child savings product pemasaran strategies at Bank bjb.

Keywords: Marketing Strategy, My First Saving