

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TANDAMATA SILVER
PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN
Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU Dr. DJUNJUNAN BANDUNG**

Oleh : Vicka Nurul Amalia

B00210003

ABSTRAK

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dan beragam bagi sebuah perusahaan karena elaku bisnis memahami bahwa beberapa alasan mengapa penting untuk memahami strategi pemasaran. Pasar global terus berkembang dengan kecepatan inovasi menuntut setiap perusahaan untuk menemukan strategi yang konkrit untuk bersaing dipasar.

Tujuan Studi Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tandamata Silver di bank bjb Kantor Cabang Pembantu Dr. Djunjunan Bandung.

Strategi Pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dibidang pemasaran dan target pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan melalui bauran pemasaran yang meliputi strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*).

Penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu metode studi yang dapat memperoleh deskriptif atau gambaran secara sistematis, factual, dan akurat. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan studi lapangan dan studi kepustakaan. Hasil studi yang dapat diketahui bahwa utuk menarik minat menabung ini menggunakan *Marketing Mix* yang meliputi strategi produk yaitu dengan meperluas penyebaran brosur, lebih memahami apa yang harus diinformasikan kepada nasabah. Upaya strategi untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung dilakukannya sosialisasi ke beberapa nasabah, memperluas jangkauan pemasaran dan lebih banyak menawarkan informasi-informasi produk tabungan Tandamata Silver.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Tabungan

MARKETING STRATEGY OF TANDAMATA SILVER SAVINGS PRODUCTS

at PT. REGIONAL DEVELOPMENT BANK OF WEST JAVA AND BANTEN

Tbk. Dr. DJUNJUNAN BANDUNG SUB-BRANCH OFFICE

By: Vicka Nurul Amalia

B00210003

ABSTRACT

Marketing strategy has a very important and diverse role for a company because business practitioners understand that several reasons why it is important to understand marketing strategies. The global market continues to evolve at the speed of innovation, requiring every company to find a concrete strategy to compete in the market.

The purpose of this Final Assignment Study is to determine the Marketing Strategy for Tandamata Silver Savings Products at Bank Bjb Sub-Branch Office, Dr. Djunjunan Bandung.

Marketing Strategy is a comprehensive, integrated plan in the field of marketing and marketing targets in achieving company goals through a marketing mix which includes product strategy, price, place, promotion, people, physical evidence, process.

The author uses a descriptive method, namely a study method that can obtain descriptive or systematic, factual and accurate descriptions. Data collection was carried out using field studies and literature studies. From the results of the study, it can be seen that to attract interest in saving, the Marketing Mix is used which includes a product strategy, namely by expanding the distribution of brochures, better understanding what should be informed to customers. Strategic efforts to increase customers' interest in saving include outreach to several customers, expanding marketing reach and offering more information about Tandamata Silver savings products.

Keywords: Marketing Strategy, Savings Products