

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF TELEMARKETING AS A MARKETING EFFORT FOR DEPOSIT PRODUCTS AT PT. BANK TABUNGAN NEGARA BANJAR SUB-BRANCH OFFICE

By:

Mita Aulia Sukma

NIM. 203404077

Advisor I : Mira Rahmawati, S.P., M.M.

Advisor II : Agi Rosyadi, S.E., M.M.

The purpose of this study was to determine the effectiveness of telemarketing activities carried out at PT Bank Tabungan Negara Banjar Sub-Branch Office. The research approach used a qualitative approach with descriptive methods. The data collection techniques used were primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of in-depth interviews and participant observers, secondary data obtained from telemarketing report data in two months, namely November to December 2023. The results of this study will discuss the application of telemarketing, the effectiveness of telemarketing which will be analyzed through several indicators, namely the accuracy of program targets, program socialization, program objectives and program monitoring. In this study will also discuss the obstacles that occur in the application of telemarketing and its solutions at PT Bank Tabungan Negara Banjar Sub-Branch Office. One of the obstacles in this telemarketing activity lies in the feedback given by customers during the bidding process. Therefore, officers must always offer products as attractive as possible and continue to follow up on customers who have agreed to order products.

Keywords: effectiveness, telemarketing, deposit product

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *TELEMARKETING* SEBAGAI UPAYA PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU BANJAR

Oleh:

Mita Aulia Sukma

NIM. 203404077

Pembimbing I : Mira Rahmawati, S.P., M.M.

Pembimbing II : Agi Rosyadi, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas dari kegiatan *telemarketing* yang dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Banjar. Pendekatan penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan *participant observer*, data sekunder diperoleh dari data laporan *telemarketing* dalam dua bulan yaitu Bulan November s.d. Desember 2023. Hasil penelitian ini akan membahas mengenai penerapan *telemarketing*, efektivitas *telemarketing* yang akan dianalisis melalui beberapa indikator yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program dan pemantauan program. Dalam penelitian ini juga akan membahas mengenai hambatan yang terjadi dalam penerapan *telemarketing* dan solusinya pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Banjar. Salah satu hambatan dalam kegiatan *telemarketing* ini yaitu terletak pada *feedback* yang diberikan nasabah saat proses penawaran berlangsung. Oleh karena itu, petugas harus senantiasa menawarkan produk semenarik mungkin dan terus melakukan *follow up* terhadap nasabah yang telah setuju melakukan pemesanan produk.

Kata kunci: efektivitas, telemarketing, produk simpanan