

ABSTRACT

**OPTIMIZATION OF MARKETING STRATEGIES FOR TAPLUS MUDA
PRODUCT TO INCREASE THE NUMBER OF CUSTOMERS AT BANK
NEGARA INDONESIA BRANCH OFFICE SINGAPARNA.**

By:

Asep Saepudin

203404096

Guidance I : Dede Arif Rahmani, S.Pd., M.M.

Guidance II : Mira Rahmawati, S.P., M.M.

The purpose of this research is to determine the optimization of marketing strategies related to the Young Plus Savings product at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. It aims to identify the strengths and weaknesses of the Young Plus Savings product at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. and propose solutions that can be applied at the Singaparna Branch Office. The research utilized a qualitative approach with in-depth interviews supported by primary data sources. Additionally, literature review was conducted to gather information from scholarly books or other sources related to the research object. Taplus Muda is a flagship product of PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. targeting individuals aged 15 to 25 years. The research results were analyzed using the 7P Marketing Mix, which includes product, price, promotion, place, process, and physical evidence. The optimalization of marketing strategies plays a crucial role as a comprehensive, integrated, and cohesive plan in the marketing field. It provides guidance on the activities that need to be implemented to achieve the marketing goals of a company.

Keywords: Strategy, Marketing, Bank

ABSTRAK

OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAPLUS MUDA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH BANK NEGARA INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA

Oleh:

Asep Saepudin

NPM. 203404096

Pembimbing I : Dede Arif Rahmani, S.Pd., M.M.

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

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui optimalisasi strategi pemasaran terkait produk tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. kelemahan dan keunggulan tabungan taplus muda di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. serta solusi yang bisa diterapkan Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kualitatif dengan sistem wawancara mendalam sertan didukung oleh sumber data primer, kemudian menggunakan studi kepustakaan yakni memperoleh informasi dari sumber buku ilmiah atau sumber lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Taplus Muda adalah produk unggulan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. untuk usia 15 sampai dengan 25 tahun. Dari hasil penelitian tersebut menggunakan *Marketing Mix 7P* yang terdiri dari *product* (Produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Peranan optimalisasi strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Kata Kunci: Optimalisasi, Strategi pemasaran, Bank