

ABSTRACT

PROMOTIONAL STRATEGY IN AN EFFORT TO INCREASE THE NUMBER OF CUSTOMERS OF SIGMA SAVING PRODUCTS IN PD. BPR ARTHA GALUNGGUNG KC MANONJAYA TASIKMALAYA

By:

Fitri Rahmatika
NPM. 193404106

Guidance I : Yuyun Yuniasih.,S.E.,M.Si

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

The purpose of this research is to determine the promotion strategy with a promotional mix approach in increasing the number of customers of the SIGMA Savings product, to analyze the obstacles and solutions in the implementation of the promotional mix PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya. This study uses a qualitative method with in-depth interviews, literature studies, and observation. Data analysis techniques by collecting data, presenting data, and data reduction. Based on the results of the study, showed that PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya implemented a promotional mix to increase the number of customers for the SIGMA Savings product by carrying out a promotional mix consisting of 5 elements, namely Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Direct Marketing, Public Relations. The promotional strategy carried out has obstacles, namely the lack of facilities owned, lack of information and socialization activities regarding the products offered. From the results of the study, the authors suggest that the implementation of the promotion must improve the quality of human resources, company operations, and improve the concept of sales promotion.

Keywords: Promotion Strategy; Savings ; Rural banks.

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIGMA DI PD. BPR ARTHA GALUNGGUNG KC MANONJAYA TASIKMALAYA

Oleh :

Fitri Rahmatika
NPM. 193404106

Pembimbing I: Yuyun Yuniasih.,S.E.,M.Si

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

Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dengan pendekatan *promotional mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SIGMA, menganalisis hambatan serta solusi dalam implementasi *promotional mix* di PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode *in depth interview*, studi pustaka, dan observasi. Teknik analisis data dengan melakukan pengumpulan data, penyajian data, dan reduksi data. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa PD. BPR Artha Galunggung KC Manonjaya mengimplementasikan *promotional mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SIGMA dengan melakukan bauran promosi yang terdiri dari 5 unsur yaitu Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Personal (*personal selling*), Pemasaran Langsung (*direct marketing*), Hubungan Masyarakat (*public relations*). Strategi promosi yang dilakukan mempunyai hambatan yaitu kurangnya fasilitas yang dimiliki, kurangnya informasi dan kegiatan sosialisasi mengenai produk yang ditawarkan. Dari hasil penelitian, penulis menyarankan pada pelaksanaan promosi harus meningkatkan kualitas SDM, operasional perusahaan, serta meningkatkan konsep promosi penjualan.

Kata Kunci: Strategi Promosi; Tabungan; Bank Perkreditan Rakyat.