

ABSTRACT

**APPLICATION OF MARKETING MIX ON PENSION CREDIT (KUPEN) AT
PT BANK WOORI SAUDARA INDONESIA 1906, Tbk. MANONJAYA
TASIKMALAYA AUXILIARY BRANCH OFFICE**

By:

Yeni Muldiani

193404157

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

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

The purpose of this study is to find out the application of the marketing mix on pension credits at PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. KCP Manonjaya, the development of the number of retirement credit accounts, obstacles and solutions. The data used is primary data and secondary data, in the collection of engineering data used, namely participant observer, in-depth interview, and literature studies. The results of this study, Bank Woori Saudara KCP Manonjaya applied a 7P marketing mix to pension credit products that include product elements, price, promotion, place, people, physical evidence and process. . The implementation of the marketing mix is said to run well as evidenced by the distribution of credit every year. In its implementation, the main obstacle is competition, but to face these obstacles, the bank continues to improve the quality of marketing in all elements in order to meet needs and create customer satisfaction.

Keywords: Banks, Marketing Mix, Retirement Credit.

ABSTRAK

PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA KREDIT PENSIUN (KUPEN) DI PT BANK WOORI SAUDARA INDONESIA 1906, Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU MANONJAYA TASIKMALAYA

Oleh:

Yeni Muldiani

193404157

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

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

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada kredit pensiun di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. KCP Manonjaya, perkembangan jumlah akun kredit pensiun, hambatan serta solusinya. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dalam pengumpulan data teknik yang digunakan yaitu *participant observer*, *in-depth interview*, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini Bank Woori Saudara KCP Manonjaya menerapkan bauran pemasaran 7P pada produk kredit pensiun yang meliputi elemen *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *physical evidence* dan *process*. Penerapan bauran pemasaran tersebut dikatakan berjalan dengan baik yang dibuktikan dengan adanya penyaluran kredit di setiap tahunnya. Dalam pelaksanaannya hambatan yang paling utama adalah adanya persaingan, namun untuk menghadapi hambatan tersebut bank terus meningkatkan kualitas pemasaran pada semua elemen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan nasabah.

Kata kunci: Bank, Bauran Pemasaran, Kredit Pensiun.