

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF PROMOTIONAL STRATEGIES IN EFFORTS TO INCREASING THE NUMBER OF REALIZED CONSUMER LOANS FOR GUNA BHAKTI AT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk CIAMIS BRANCH OFFICE

By:

Ikhsan Farhat

NIM 203404093

Guidance I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Guidance II : Yuyun yuniasih, S.E., M.Si.

The purpose of this research is to find out the implementation of the credit promotion strategy for devotional service (KGB) at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat and Banten Tbk. Ciamis Branch Office, and find out the obstacles and solutions in implementing the promotion strategy. The research approach used by the author is a qualitative approach, the data collection method used is through library research, in-depth interviews and direct observation. Based on this research, bank bjb Ciamis Branch Office has implemented a promotional strategy in terms of promotion mix, namely advertising, personal selling, sales promotion, publicity and direct marketing. Obstacles faced in marketing their products are the lack of response from prospective customers, obstacles in visits to prospective customers and the difficulty of dealing with prospective customers who tend to be old. As for efforts to overcome obstacles, namely finding prospective customers who need products, highlighting product advantages and providing closer guidance on the products offered.

Keywords: Strategy, Promotion mix, Kredit Guna Bhakti, Bank

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA PENINGKATAN JUMLAH REALISASI KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG CIAMIS

Oleh:

Ikhsan Farhat

NIM 203404093

Pembimbing I : Andri Helmi Munawar,S.E., M.M

Pembimbing II :Yuyun yuniasih, S.E., M.Si.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi kredit guna bhakti (KGB) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Ciamis, dan mengetahui hambatan serta solusi dalam pelaksanaan strategi promosinya. Pendekatan penelitian yang digunakan penulis yaitu pendekatan kualitatif, metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi kepustakaan, wawancara mendalam dan observasi langsung. Berdasarkan penelitian ini bahwa bank bjb Kantor Cabang Ciamis telah melaksanakan strategi promosi segi *promotion mix* yaitu *advertising, personal selling, sales promotion, publicity* dan *direct marketing*. Hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produknya yaitu kurangnya respon dari calon nasabah, kendala dalam kunjungan kepada calon nasabah dan sulitnya menghadapi calon nasabah yang usianya cenderung tua. Adapun upaya dalam mengatasi hambatan yaitu mencari calon nasabah yang membutuhkan produk, menonjolkan kelebihan produk dan memberikan pengarahannya lebih dekat tentang produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : Strategi, Bauran Promosi, Kredit Guna Bhakti, Bank