

ABSTRACT

IMPLEMENTASI PROMOTION MIX (BAURAN PROMOSI) PRODUK KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU PEMERINTAHAN KOTA TASIKMALAYA

By :

Adel Yasmin

NIM. 203404066

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

Advisor II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M

The purpose of this research was to find out how the implementation of the promotion mix was carried out by PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat and Banten Tbk KCP Pemkot Tasikmalaya in achieving the Credit Guna Bhakti target. This study used qualitative research methods. The techniques used in data collection are participant observation, in depth interviews, and literature studies. The data sources used are primary data and secondary data. The results of this study are to find out how the implementation of the promotion mix has been carried out in achieving the product target of Credit Guna Bhakti at Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya in the 2020-2022 period, namely by carrying out advertising, personal selling, sales promotions, public relations and direct marketing. This is also inseparable from the obstacles encountered in the implementation of this promotion mix, one of the main obstacles, namely the implementation of personal selling promotions for Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya which is still ineffective because promotions are carried out only to existing relations or customers or previous customers who are still close to Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya. The solution in this case is that Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya can carry out personal selling to new relationships or customers so that they can create maximum personal selling promotions and can increase the number of prospective new borrowers.

Keywords: Promotion Mix, Credit Guna Bhakti, Bank

ABSTRAK

IMPLEMENTASI PROMOTION MIX (BAURAN PROMOSI) PRODUK KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU PEMERINTAHAN KOTA TASIKMALAYA

Oleh :

Adel Yasmin

NIM. 203404066

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

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

Tujuan diadakan penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui bagaimana implementasi *promotion mix* yang dilakukan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Pemkot Tasikmalaya dalam mencapai target Kredit Guna Bhakti (KGB). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menjelaskan implementasi *promotion mix* Kredit Guna Bhakti (KGB) pada Bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya yaitu dengan melakukan periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Hambatan yang di hadapi dalam implementasi *promotion mix* adalah pada pelaksanaan promosi *personal selling* Bank bjb KCP Pemkot masih kurang efektif karena promosi yang dilakukan hanya kepada relasi atau nasabah yang sudah ada atau nasabah sebelumnya saja yang masih dekat dengan lingkungan Bank bjb KCP Pemkot. Solusi dalam hal ini yaitu bank bjb KCP Pemkot Tasikmalaya dapat melakukan promosi perseorangan ke relasi atau nasabah baru sehingga dapat menciptakan promosi *personal selling* yang maksimal dan dapat meningkatkan jumlah calon debitur baru.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Kredit Guna Bhakti, Bank