

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY FOR BUSINESS SAVINGS PRODUCTS TO INCREASE CUSTOMER ATTRACTIVENESS AT PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, Tbk. BRANCH OFFICE PANGANDARAN**

By:

**Dela Lova**

NPM. 203404061

Guidance I : Mira Rahmawati S.P., M.M.  
Guidance II : Dede Arif Rahmani S.Pd., M.M.

*The purpose of this study was to find out the marketing strategy at PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat and Banten Pangandaran Branch Office, find out what obstacles were faced, and find out what solutions were made in facing the constraints in implementing the marketing strategy. This research approach uses a qualitative approach method, which consists of data collection, data reduction, data display and drawing conclusions. Based on this research, bank bjb Pangandaran branch office uses a marketing strategy, namely marketix mix and STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Marketing strategy based on 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). . The solution to overcoming obstacles is to further improve the marketing strategy carried out for prospective customers, namely by taking a personal approach between sales and prospective customers for people who are unfamiliar with banking products and also expanding the office network for remote areas to make it easier for people who have businesses in remote areas to open a business savings account and this product will be in greater demand in the future.*

*Keywords : Strategy, Marketing mix, Business Tandamata Savings*

## ABSTRAK

# STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TANDAMATA BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK NASABAH PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, Tbk. KANTOR CABANG PANGANDARAN

Oleh:

**Dela Lova**

NPM. 203404061

Pembimbing I : Mira Rahmawati S.P., M.M.  
Pembimbing II : Dede Arif Rahmani S.Pd., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Pangandaran, mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi, dan mengetahui solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala-kendala pelaksanaan strategi pemasarannya. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan penelitian ini bahwa bank bjb kantor cabang Pangandaran menggunakan strategi pemasaran yaitu *marketix mix* dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Strategi pemasaran berdasarkan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Solusi dalam mengatasi hambatan yaitu dengan lebih meningkatkan lagi strategi pemasaran yang dilakukan untuk calon nasabah yaitu dengan melakukan pendekatan secara personal antara sales dengan calon nasabah untuk masyarakat yang masih awam terhadap produk perbankan dan juga memperluas jaringan kantor untuk daerah terpencil agar memudahkan masyarakat yang mempunyai bisnis di daerah terpencil untuk membuka tabungan tandamata bisnis dan produk ini akan lebih banyak diminati untuk kedepannya.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Tabungan Tandamata Bisnis