

ABSTRACT
**ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM EFEKTIVITAS PENYALURAN
KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG
PEMBANTU PEMERINTAH KOTA TASIKMALAYA**

By:

Aliya Shipa

NIM 223404172

Guidance I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.
Guidance II : Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I., M.E

This study aims to analyze the implementation of the promotion mix in enhancing the effectiveness of Kredit Guna Bhakti (KGB) loan distribution at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Sub-Branch Office of the Government of Tasikmalaya City. The research also evaluates the effectiveness of each promotional element and provides recommendations for more targeted promotional strategies. This research uses a qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews, direct observation, and literature study. The findings indicate that the bank has implemented five key elements of the promotion mix: advertising, personal selling, sales promotion, publicity, and direct marketing. Among these, personal selling and advertising are considered the most effective in reaching and persuading potential customers. On the other hand, direct marketing remains less optimal due to limited customer responses and a lack of two-way communication. The study recommends that Bank BJB strengthen its digital-based promotions, enhance the quality of personal communication, and build strategic partnerships with local institutions to expand promotional outreach and improve loan realization.

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

ABSTRAK
ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM EFEKTIVITAS PENYALURAN
KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG
PEMBANTU PEMERINTAH KOTA TASIKMALAYA

Oleh:

Aliya Shipa

NIM 223404172

Pembimbing I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I., M.E

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan bauran promosi dalam upaya meningkatkan efektivitas penyaluran Kredit Guna Bhakti (KGB) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Pemerintah Kota Tasikmalaya. Penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas masing-masing elemen promosi serta memberikan rekomendasi strategi promosi yang lebih tepat sasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank telah menerapkan lima elemen utama dalam bauran promosi, yaitu periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*publicity*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Di antara kelima elemen tersebut, *personal selling* dan *advertising* dinilai paling efektif dalam menjangkau dan meyakinkan calon nasabah. Sementara itu, *direct marketing* masih kurang optimal karena keterbatasan respons dari masyarakat dan kurangnya komunikasi dua arah. Penelitian ini merekomendasikan agar Bank BJB KCP Pemkot Tasikmalaya memperkuat promosi berbasis digital, meningkatkan kualitas komunikasi personal, serta membangun kerja sama strategis dengan instansi-instansi lokal guna meningkatkan jangkauan promosi dan realisasi kredit.

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