

ABSTRAK

ANALISIS BIAYA PROMOSI GEBYAR UNDIAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN PLUS PADA PD. BPR ARTHA SUKAPURA KOTA TASIKMALAYA PERIODE 2019- 2024

Oleh:

Sakinah Nurmaulida
223404056

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti S.E., M. Si.
Pembimbing II : Mira Rahmawati S.P., M.M.

Penelitian ini dilandasi oleh pentingnya strategi promosi dalam menarik nasabah baru di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat. Salah satu bentuk promosi yang digunakan PD. BPR Artha Sukapura adalah kegiatan Gebyar Undian, yang ditujukan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk Tabungan Plus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan biaya promosi Gebyar Undian selama periode 2019–2024 serta menganalisis tren biaya promosi tersebut menggunakan metode *Least Square*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi atas laporan keuangan internal perusahaan yang tidak dipublikasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Biaya tertinggi terjadi pada tahun 2021 sebesar Rp. 340.375.000 dan terendah pada tahun 2023 sebesar Rp. 286.500.000. Hasil analisis tren menunjukkan adanya kecenderungan penurunan pada hampir seluruh komponen bauran promosi (*advertising, sales promotion, publicity, dan personal selling*). Meski demikian, promosi melalui Gebyar Undian tetap efektif dalam menarik minat masyarakat dan berkontribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah. Dapat disimpulkan bahwa strategi promosi melalui Gebyar Undian memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan nasabah, namun perusahaan perlu lebih fokus pada efisiensi alokasi anggaran dan pemilihan media promosi yang tepat untuk mempertahankan keberhasilan program di masa mendatang.

Kata kunci: Biaya Promosi, Gebyar Undian, Tabungan Plus, Bauran Promosi, *Trend Least Square*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PROMOTION COST OF LOTTERY CELEBRATION IN INCREASING THE NUMBER OF PLUS SAVINGS CUSTOMERS AT PD. BPR ARTHA SUKAPURA TASIKMALAYA CITY FOR THE 2019-2024 PERIOD

By:

Sakinah Nurmaulida
223404056

Guide I : Dedeh Sri Sudaryanti S.E., M. Si.
Guide II : Mira Rahmawati S.P., M.M.

This research is based on the importance of promotional strategies in attracting new customers amid the increasingly competitive banking industry. One of the promotional efforts implemented by PD. BPR Artha Sukapura is the Gebyar Undian (Prize Draw) program, which is aimed at attracting public interest in the Tabungan Plus savings product. The purpose of this study is to examine the development of promotional expenses for the Gebyar Undian program during the 2019–2024 period and to analyze the trend of these costs using the Least Square method. This research uses a descriptive qualitative approach with data collected through documentation studies based on the company's unpublished internal financial reports. The results show that promotional costs fluctuated over the years. The highest cost occurred in 2021 at Rp. 340,375,000, while the lowest was in 2023 at Rp. 286,500,000. The trend analysis indicates a downward tendency in almost all components of the promotional mix, including advertising, sales promotion, publicity, and personal selling. Nevertheless, the Gebyar Undian program remains effective in drawing public interest and contributing to the increase in the number of customers. It can be concluded that the promotional strategy through Gebyar Undian has a positive impact on customer growth. However, the company needs to focus more on budget allocation efficiency and the selection of appropriate promotional media to sustain the success of the program in the future.

Keywords: Promotional Costs, Prize Draw, Tabungan Plus, Promotion Mix, Least Square Trend.