

ABSTRAK

ANALISIS BAURAN PROMOSI PADA PRODUK TABUNGAN SIGMA DI PT. BPR ARTHA GALUNGGUNG KANTOR CABANG CIKATOMAS KABUPATEN TASIKMALAYA

Oleh:

Restami Dwi Anggini
NPM 223404084

Pembimbing I : Agi Rosyadi S.E., M.M.

Pembimbing II : Cindera Syaiful Nugraha S.Hut., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran promosi pada produk Tabungan SIGMA di PT. BPR Artha Galunggung Kantor Cabang Cikatomas, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya, hambatan yang dihadapi, dan solusi yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi diterapkan secara menyeluruh melalui sembilan elemen utama komunikasi pemasaran yang terdiri dari Periklanan, Komunikasi Daring dan Media Sosial, Komunikasi Seluler, Pemasaran Langsung, Acara dan Pengalaman, Promosi dari Mulut ke Mulut, Publisitas dan Hubungan Masyarakat, Penjualan Pribadi, Pengemasan. Dengan penekanan pada pendekatan langsung dan personal yang sesuai dengan karakteristik nasabah. Dari seluruh elemen, Penjualan Pribadi dan Promosi dari Mulut ke Mulut merupakan elemen yang paling efektif dalam menarik nasabah baru. Efektivitas promosi dipengaruhi oleh sifat pasar, sifat produk, daur hidup produk, serta dana yang tersedia. Selain itu, faktor sifat pasar menjadi faktor paling berpengaruh dalam menentukan efektivitas promosi. Hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi keuangan, istilah perbankan yang sulit difahami, dan keterbatasan akses geografis, yang diatasi melalui sosialisasi langsung, penggunaan bahasa yang sederhana, serta strategi promosi yang disesuaikan dengan kondisi wilayah.

Kata kunci: Bauran Promosi, Tabungan SIGMA, PT BPR Artha Galunggung