

ABSTRACT

PRODUCT MIX ANALYSIS OF THE TAPENAS (FUTURE PLANNING SAVINGS) PRODUCT AT PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO)

Tbk. SINGAPARENA BRANCH OFFICE

By:

Alysha Salsabila Zatnika
NPM 223404188

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

Guide II : Ali Subrata, S.E., M.M.

This study aims to analyze the low level of customer interest in Tapenas (Future Planning Savings) products. Direct observation revealed that public enthusiasm for Tapenas is still relatively low compared to other savings products. This phenomenon indicates suboptimal supporting factors, such as product strategy, features, benefits, service quality, and brand positioning, which play a crucial role in attracting and retaining customers. The method used was a qualitative study, with data collection techniques using in-depth interviews, direct observation, and literature review. The results showed that a product mix encompassing the dimensions of length, width, depth, and consistency is a crucial element in marketing activities to shape customer perceptions and interest. Optimizing the product mix is key to effectively conveying Tapenas' value to consumers. Therefore, further improvements are needed, including product feature improvements, additional benefits, increased service quality, and a more targeted positioning strategy, to increase customer appeal and loyalty to Tapenas.

Keywords: Product Mix, TAPENAS, Future Planning Savings

ABSTRAK

ANALISIS BAURAN PRODUK PADA PRODUK TAPENAS (TABUNGAN PERENCANAAN MASA DEPAN) DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA

Oleh:

Alysha Salsabila Zatnika

NPM 223404188

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

Pembimbing II : Ali Subrata, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rendahnya minat nasabah terhadap produk Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan). Dari hasil observasi langsung, ditemukan bahwa antusiasme masyarakat terhadap Tapenas masih tergolong rendah jika dikomparasikan dengan produk tabungan lainnya. Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor pendukung yang belum optimal, seperti strategi produk, fitur, manfaat, kualitas layanan, dan positioning merek, yang berperan penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran produk yang mencakup dimensi panjang, lebar, kedalaman, dan konsistensi merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran untuk membentuk persepsi dan minat nasabah. Optimalisasi bauran produk menjadi kunci yang diperlukan untuk menyampaikan nilai Tapenas secara efektif kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan lebih lanjut dengan perbaikan fitur produk, penambahan manfaat, peningkatan kualitas layanan, dan strategi *positioning* yang lebih tepat sasaran, guna meningkatkan daya tarik dan loyalitas nasabah terhadap Tapenas.

Kata Kunci : Bauran Produk ,TAPENAS, Tabungan Perencanaan Masa Depan