

ABSTRACT

THE IMPLEMENTATION OF THE PROMOTION MIX IN AN EFFORT TO INCREASE THE REALIZATION OF CREDIT FOR BHAKTI (KGB) AT PT. WEST JAVA AND BANTEN REGIONAL DEVELOPMENT BANK Tbk. SUB- BRANCH OFFICE MANONJAYA TASIKMALAYA

Oleh:

Putri Nurhoeriyah

213404042

Guide I : Dedeh Sri Sudaryanti

Guide II : Agi Rosyadi

The purpose of this study is to determine the Application of Promotion Mix in an Effort to Increase Credit Realization for Bahkti (KGB) at PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Sub-Branch Office Manonjaya Tasikmalaya. The research approach used is a qualitative approach with a descriptive method. The data collection techniques used were in-depth interviews, participatory observation and literature studies. Based on the results of research that PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Sub-Branch Office Manonjaya Tasikmalaya has implemented a promotion mix, namely, Advertising, Personal selling, Sales Promotion, Public Relations, and Direct Marketing. In its implementation, there is one application of a less effective promotion mix, namely Direct Marketing due to long distances and limited time needed, so it is necessary to implement a more targeted and innovative strategy in order to overcome these obstacles.

Keywords: *Bank, Credit, Promotion Mix*

ABSTRAK

PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA PENINGKATAN REALISASI KREDIT GUNA BHAKTI (KGB) PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU MANONJAYA TASIKMALAYA

Oleh:

Putri Nurhoeriyah

213404042

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti

Pembimbing I : Agi Rosyadi

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui Penerapan Bauran Promosi Dalam Upaya Peningkatan Realisasi Kredit Guna Bahkti (KGB) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya Tasikmalaya. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya Tasikmalaya telah melaksanakan penerapan bauran promosi yaitu, *Advertising*, *Personal selling*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, dan *Direct Marketing*. Dalam pelaksanaannya terdapat salah satu penerapan bauran promosi yang kurang efektif, yaitu *Direct Marketing* dikarenakan jarak yang jauh dan waktu yang dibutuhkan terbatas sehingga diperlukannya penerapan strategi yang lebih terarah dan inovatif agar dapat mengatasi kendala tersebut.

Kata kunci: Bank, Kredit, Bauran Promosi