

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TANDAMATA *MY FIRST* PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN KANTOR CABANG PEMBANTU CIKURUBUK TASIKMALAYA**

**Oleh:**

**Anida Sita Lestari**

**183404001**

**Pembimbing:**

**Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.**

**Agi Rosyadi, S.E., M.M.**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan Tandamata *My First* pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk. Pendekatan penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif, metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi kepustakaan, wawancara mendalam dan observasi langsung. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa bank bjb kcp Cikurubuk telah melaksanakan strategi pemasaran dari segi *marketing mix* dan STP ( *Segmenting, Targeting, Positioning*). Strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People or Participant, Process* dan *Physical Evidence*. Hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produknya adalah kurangnya ketertarikan masyarakat atau anak – anak untuk menabung, banyak pesaing dengan produk yang sama dan kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai produk yang dipasarkan. Oleh karena itu penulis memberikan saran agar masyarakat sebaiknya mencontohkan perilaku konsumtif kepada anak agar anak terbiasa menabung, mempunyai ciri khas agar menjadi pembeda dari produk yang sudah ada dan lebih memfokuskan untuk sosialisai mengenai produk Tandamata *My First* agar calon nasabah tertarik dan berminat jika lebih banyak informasi dan pemahaman terkait produk tersebut.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Tabungan