

ABSTRACT

IMPLEMENTATION MARKETING MIX OF EASY WADIAH SAVING PRODUCTS AT PT BANK SYARIAH INDONESIA KC TASIKMALAYA SUTISNA SENJAYA

By:

Iklima Aulia Mutmainah

NIM 193404003

Supervisor I : Mira Rahmawati,S.P.,M.M.

Supervisor II : Dedeh Sri Sudaryanti S.E., M.Si.

The purpose of this study was to determine the implementation of the marketing mix for Easy Wadiah savings products at PT Bank Syariah Indonesia Tasikmalaya Sutisna Senjaya branch office. The data used in this study is qualitative data with primary and secondary data sources with in-depth interview data collection techniques, participant observers, and literature study. Based on the results of research at PT Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya, it can be concluded that the implementation of the easy wadiah savings product marketing mix has seven components of the marketing mix, namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence. And in promotion there are four components, namely advertising, sales promotion, personal selling and public relations or publicity. In carrying out the implementation of the marketing mix, there are obstacles, namely frequent damage to CPU equipment, limited transportation in each branch office, wide area coverage, and publicity activities are rarely carried out. Therefore, PT Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya has a solution, namely providing services, adding transportation at each branch office to facilitate the marketing mix, conducting special recruitment and planning promotional activities.

Keywords: Marketing mix, Easy Wadiah Savings, Bank

ABSTRAK

PELAKSANAAN *MARKETING MIX* PRODUK TABUNGAN *EASY WADIAH* PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA KC TASIKMALAYA SUTISNA SENJAYA

Oleh:

Iklima Aulia Mutmainah

NIM 193404003

Pembimbing I : Mira Rahmawati,S.P.,M.M.

Pembimbing II : Dedeh Sri Sudaryanti S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan *marketing mix* produk tabungan *Easy Wadiah* pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Tasikmalaya Sutisna Senjaya. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder dengan teknik pengambilan data wawancara mendalam, *participant observer*, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian pada PT Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *marketing mix* produk tabungan *easy wadiah* mempunyai tujuh komponen yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti fisik. Dan dalam promosi terdapat empat komponen yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat atau publisitas. Dalam melakukan pelaksanaan *marketing mix* mengalami hambatan yaitu sering rusaknya peralatan CPU, keterbatasan transportasi di setiap kantor cabangnya, luasnya cakupan wilayah, dan kegiatan publisitas jarang dilakukan. Maka dari itu PT Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya mempunyai solusi yaitu melakukan service, menambahkan transportasi di setiap kantor cabang untuk memudahkan bauran pemasaran, mengadakan rekrutmen khusus dan melakukan perencanaan dalam kegiatan promosi.

Kata kunci : Marketing mix, Tabungan Easy Wadiah, Bank