

PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK TANDAMATA SIMUDA PADA BANK BJB KANTOR CABANG SUCI

Oleh :

**Dela Tamaria Tarigan
B00160009**

Pembimbing :

Teguh Iman Basuki, S.Kom., MM

ABSTRAK

Tujuan dari studi ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan pada Bank bjb Kantor Cabang Suci Bandung dalam pelaksanaannya, memasarkan tandamata SiMuda, serta permasalahan dan solusi Bank bjb Kantor Cabang Suci Bandung dalam memasarkan produk tersebut. Strategi yang digunakan oleh bank bjb Kantor Cabang Suci Bandung dengan menganalisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP).

Sekarang ini jejaring sosial tidak hanya dijadikan sebagai media pertemanan, melainkan bisa dijadikan sebagai lahan promosi bisnis. Konten tweetpic di Twitter dan postingan di Instagram berpeluang besar dalam kegiatan komunikasi pemasaran produk tandamata SiMuda Bank bjb yang baru saja diluncurkan untuk mendorong terjadinya word of mouth. Dengan adanya word of mouth dari Tweetpict dan postingan di Instagram, diharapkan produk tandamata SiMuda lebih dikenal oleh mahasiswa dan pemuda, juga masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah Tandamata SiMuda semakin meningkat dengan adanya kreatifitas dari pihak Bank bjb itu sendiri dengan menggunakan fitur *sharing picture*.

Kata Kunci : Tandamata SiMuda, Strategi Pemasaran

IMPLEMENTATION MARKETING STRATEGY OF TANDAMATASIMUDA AT BANK BJB SUCI BRANCH OFFICE

by :

**Dela Tamaria Tarigan
B00160009**

Supervisor :

Teguh Iman Basuki, S Kom., MM

ABSTRACT

The purpose of this study to know how the strategy used by Bank bjb Branch Office Suci Bandung in it's implementation, marketing the product Tandamata SiMuda, as well as problems and solution Bank bjb Branch Office Suci Bandung in marketing these product. Marketing Strategy used by Bank bjb by analyzing Segmenting, Targeting, and Positioning (STP).

Now social networking is not only used as a medium of friendship, but can be used a field of business promotion. Tweepict content on Twitter and post on Instagram has a great opportunity in marketing communications activities of Tandamata SiMuda Bank bjb Branch Office Suci Bandung recently launched to encourage the occurrence of word of mouth. With the word of mouth through Tweepict and post on Instagram, expected Tandamata SiMuda product more known by the public.

Based on the results of observations and interviews that have been done then it can be concluded that the number of Tandamata SiMuda Based on the results of observations and interviews that have been done then it can be concluded that the number of savings account Tandamata SiMuda increased with the creativity of the Bank bjb itself by using feature sharing picture.

Keywords : Tandamata SiMuda, Marketing Strategi