

INTISARI

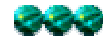
Audit pemasaran sebagai alat kontrol strategik untuk meningkatkan efektifitas dan kinerja pemasaran merupakan salah satu kata kunci yang harus selalu diperhatikan oleh dunia perbankan untuk menghadapi karakteristik lingkungan bisnis yang sangat *turbulence* dan begitu kompetitif saat ini.

Oleh karena itu, melalui penelitian ini, akan dilakukan analisis bagaimana merancang konsep dan mengimplementasikan audit pemasaran -khususnya untuk produk dana di Bank BTN- dengan menggunakan alat analisis: (1) Studi literatur, untuk membangun dan atau merancang usulan konsep didalam mengimplementasikan audit pemasaran produk dana Bank BTN; (2) *Generic benchmarking*, untuk mendukung dan memperkuat analisis berdasarkan studi literatur; (3) Analisis SWOT fungsional dengan menggunakan matrik dampak silang untuk mengetahui *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* yang akan dihadapi Bank BTN dan menganalisis hal-hal yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan audit pemasaran produk dana Bank BTN.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dalam mengimplementasikan audit pemasaran produk dana maka Bank BTN harus melakukan upaya-upaya, antara lain: (1) Jajaran Bank BTN hendaknya memahami/mengerti dan melaksanakan dengan baik dan benar beberapa konsep didalam mengimplementasikan audit pemasaran, dalam hal ini audit pemasaran produk dana Bank BTN. (2) Bank BTN harus mampu untuk (i) Menggunakan *strength* untuk memanfaatkan *opportunities* dan menggunakan *strengths* untuk menghindari *treaths*; (ii) Mengatasi *weaknesess* dengan memanfaatkan *opportunities* serta meminimalkan *weaknesess* dan menghindari *treaths* sehingga dapat dibangun tujuan-tujuan maupun strategi-strategi yang tepat dalam upaya untuk mengimplementasikan audit pemasaran produk dana Bank BTN sebagai alat kontrol strategik untuk meningkatkan efektifitas dan kinerja pemasaran dapat berhasil dengan sukses.

.....

Keyword: Audit Pemasaran, Produk Dana Bank BTN, Merancang Konsep, Mengimplementasikan Audit Pemasaran, Studi Literatur; *Generic Benchmarking*; Analisis SWOT.



ABSTRACT

Marketing audit as strategic control tool to improve marketing effort effectiveness and performance is one of essential key to consider by banking industry to respond today's very turbulence and very competitive business environment.

For that purpose, through this research, it will be analyzed how to design concept and implement the marketing audit- particularly fund product of Bank BTN by using analysis tools: (1) Literature study, to develop and/or to design proposal concept to implement the marketing audit of a fund product of Bank BTN; (2) Generic benchmarking, to justify and sharpen the analysis of study literature; (3) Functional SWOT analysis by utilize a cross-impact metric to analyze strength, weakness, opportunities and threats that will be faced by Bank BTN and to analyze overall aspect that are needed to implement the marketing audit of fund product of Bank BTN.

The conclusion of the analysis can be concluded that in implementing the marketing audit of fund product, Bank BTN should do the following: (1) The management and staff of Bank BTN should have understand and implement correctly concepts of implementation of the marketing audit, in this case the marketing audit of fund product of Bank BTN. (2) Bank BTN should be able to: (i) To utilize strengths and to capture the opportunities and to utilize strengths to avoid threats; (ii) To control weakness by utilize opportunities and to minimize weakness to avoid threats so that allow to determine the right targets or strategies in order to implement the marketing audit of fund product of Bank BTN.

.....

Keyword: *Marketing Audit, Fund Product of Bank BTN, Design Concept, Implement the Marketing Audit, Literature Study; Generic Benchmarking; SWOT Anlysis*