

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY OF ANAK DIDIK (ADIK) SAVINGS AT PD BPR BANK BANTUL

By:

Nur Ratna Yuliana

12/ 332791/SV/01506

Anak Didik savings is one of PD BPR Bank Bantul Savings product which is given to student. The development of marketing strategy of ADIK savings is considerably needed to increase number quantity. This research aims to discover the development of ADIK marketing strateging. The method of data collection is done by spreading question naire and interviews. The analytical methods applied in this rease art is SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats) matrixs analysis. Based on the results obtained analysis then the conclusion that a strategy be done is

- 1. Strategy SO (Strenght-Opportunity) done by a) improve the company image b) maintain the existence of free administration fee every month, provider reward program, mantains working hours and service quality and also ease the transaction. This strategy to attract the interest of the community.*
- 2. Strategy ST (Strenght-Threats) to used face a competitor ADIK savings, done by a) improving promotion, b) maintain and improve service quality.*
- 3. Strategy WO (Weakness-Opportunity) To increase the number of customer better do cooperation among schools.*
- 4. Strategy WT (weakness-threats) done by a) add to the number of employees and provides atm facilities b) add new inovation. This strategy done so that can compete with competitors which are similar with ADIK savings.*

Keyword: ADIK Savings, marketing strategy, internal eksternal factors, SWOT



INTISARI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN ANAK DIDIK (ADIK) PADA PD BPR BANTUL

Oleh:

Nu Ratna Yuliana

12/332791/SV/01506

Tabungan Anak Didik (ADIK) adalah salah satu produk tabungan PD BPR Bank Bantul yang diberikan untuk pelajar yang masih sekolah. Strategi pemasaran Tabungan ADIK sangat dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan strategi pemasaran Tabungan ADIK. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner kepada nasabah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matrik SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threats*). Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan adalah

1. Strategi SO (*strenght-opportunity*) dilakukan dengan cara a) Meningkatkan citra perusahaan, b) Mempertahankan adanya bebas biaya administrasi disetiap bulan, memberikan program hadiah, jam kerja dan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan bertransaksi. Strategi ini untuk menarik minat masyarakat.
2. Strategi ST (*strenght-threats*) digunakan untuk menghadapi pesaing Tabungan ADIK, strategi yang dilakukan dengan cara a) Meningkatkan promosi, b) Mempertahankan kualitas pelayanan
3. Strategi WO (*weakness-opportunity*) untuk meningkatkan jumlah nasabah sebaiknya melakukan kerjasama antar sekolah.
4. Strategi WT (*weakness-threats*) dilakukan dengan cara a) Menambah karyawan dan membuka fasilitas ATM (*Automatic Teller Machine*), b) Menambah inovasi-inovasi baru. Strategi ini dilakukan agar dapat bersaing dengan kompetitor yang sejenis dengan tabungan ADIK.

Kata kunci: Tabungan ADIK, Strategi Pemasaran, faktor internal, eksternal dan Analiis Swot