

# ***BJB SIMUDA MARKETING STRATEGY IN WEST JAVA BANK AND BANTEN BEKASI CITY***

**By:**  
**Mustafainal Akhyar**

## ***ABSTRACT***

*Banks are one of the factors supporting the economy in Indonesia by collecting funds in the form of deposits and distributing them in the form of credit. BJB Simuda is a West Java and Banten Bank savings product specifically for youth/students. The implementation of BJB Simuda is still in a new category and there is a need for marketing to introduce these products to the surrounding community. Marketing activities are inseparable from the implementation of strategies to improve the quality in carrying out these marketing activities. therefore a good Marketing Strategy is needed to provide information related to BJB Simuda products to the public. This writing aims to determine the marketing strategy using the concept of STP (segmentation, targeting, positioning) and supporting concepts such as Product Strategy, Price Strategy, Promotion Strategy. As well as knowing how the number of BJB Simuda customers has grown from the beginning of the formation of the savings product. The implementation of the Marketing Strategy is carried out in order to see how the percentage of BJB Simuda's development is and see the main factors of the influence of BJB Simuda's development. The results of this paper indicate that the factors that influence the development of the number of BJB Simuda customers are promotional strategies.*

***Keywords: Savings, Marketing, Marketing Strategy***

# **STRATEGI PEMASARAN BJB SIMUDA DI BANK JAWA BARAT DAN BANTEN CABANG KOTA BEKASI**

**Oleh:  
Musthafainal Akhyar**

## **ABSTRAK**

Bank merupakan salah faktor pendukung perekonomian di Indonesia dengan menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dalam bentuk kredit. BJB Simuda merupakan produk simpanan Bank Jawa Barat dan Banten khusus bagi kaum pemuda/mahasiswa. Penerapan BJB Simuda masih dalam kategori baru dan perlu adanya pemasaran untuk mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat sekitar. Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari penerapan strategi untuk meningkatkan kualitas dalam melakukan kegiatan pemasaran tersebut. maka dari itu dibutuhkan Strategi Pemasaran yang baik untuk memberikan informasi terkait produk BJB Simuda ke masyarakat. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan konsep STP (*segmentasi, targeting, positioning*) dan konsep pendukung seperti Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi. Serta mengetahui bagaimana perkembangan jumlah nasabah BJB Simuda dari awal pembentukan produk tabungan tersebut. Penerapan Strategi Pemasaran dilakukan agar dapat melihat bagaimana presentase perkembangan BJB Simuda dan melihat faktor utama dari pengaruh perkembangan BJB Simuda. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah BJB Simuda adalah strategi promosi.

**Kata Kunci: Simpanan, Pemasaran, Strategi Pemasaran**