

**MARKETING STRATEGY OF GOLD INSTALLMENT PRODUCTS AT
PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP PAMULANG RAYA**

By :

Mahdiyah Putri Syifa

ABSTRACT

The development of the business world, especially banking today makes competition very tight in which every company must try to dominate the market as much as possible so as to achieve the company's desired goals. In this era of development of the business world, companies must present the best products and meet people's purchasing power. Therefore, we need a strategy that must be carried out by the company in selling these products, namely through the use of marketing strategies. Currently, companies must be able to choose and follow appropriate marketing strategies to increase the company's sales volume. Business people can carry out marketing strategies through product strategies, advertising strategies, distribution strategies, and pricing strategies. If it is associated with sales volume, it means that marketing activities have an impact on increasing sales volume in the company. Increasing sales volume is one of the goals of the marketing concept, which means that increasing sales is achieved through customer satisfaction. With these improvements, the company can grow and develop. This final project was prepared with the aim of knowing the increase in sales volume of gold installment products and to find out what marketing strategy implementation was carried out by PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya

Keywords: *Marketing Strategy, Increasing Sales Volume, Implementation of Marketing Strategy.*

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS PADA PT BANK
SYARIAH INDONESIA KCP PAMULANG RAYA**

Oleh :

Mahdiyah Putri Syifa

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha khususnya perbankan saat ini membuat persaingan yang sangat ketat yang mana setiap perusahaan harus berusaha untuk menguasai pasar semaksimal mungkin sehingga mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Di era perkembangan dunia bisnis ini, perusahaan harus menghadirkan produk paling baik dan memenuhi daya beli masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produk tersebut, yaitu melalui penggunaan strategi pemasaran. Saat ini perusahaan harus bisa memilih dan mengikuti strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pelaku bisnis dapat melakukan strategi pemasaran melalui strategi produk, strategi periklanan, strategi distribusi, dan strategi penetapan harga. Jika dikaitkan dengan volume penjualan, berarti kegiatan pemasaran berdampak pada peningkatan volume penjualan di perusahaan. Peningkatan volume penjualan adalah salah satu tujuan dari konsep pemasaran, yang berarti bahwa peningkatan penjualan dicapai melalui kepuasan pelanggan. Dengan perbaikan tersebut, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang. Tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui peningkatan volume penjualan produk cicil emas serta untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Volume Penjualan, Penerapan Strategi Pemasaran.