

**MARKETING STRATEGY OF PT. BANK PEMBANGUNAN  
DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK FOR BJB  
TANDAMATA MY FIRST SAVINGS PRODUCT**

**By:**

**Debora**

**ABSTRACT**

*The business development in the banking industry is expanding, leading to increasingly fierce competition in product marketing. Bank Bjb has a product called Tabungan Tandamata My First, which is aimed at introducing the product to the public, especially children, in order to educate them about starting to learn and cultivate saving habits from an early age. To promote the product, marketing efforts are necessary to introduce it to the public. Marketing activities are inseparable from the implementation of strategies to enhance the quality of these marketing activities. Therefore, a good and attractive marketing strategy is needed to provide information about Tabungan Tandamata My First. The marketing strategy implemented to enhance the Tabungan Tandamata My First product is through the 7P marketing mix. The obstacles faced in marketing the product include lack of awareness, lack of interest among the public and children in saving, and parents' limited literacy regarding the culture of preparing their children's future through saving. The author has a solution that can help overcome these obstacles in marketing activities, which is to conduct socialization campaigns in schools by inviting parents or guardians to educate children about the concept of money from an early age, explaining the importance of preparing their children's future through saving, accompanied by engaging games and attractive rewards.*

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

# **STRATEGI PEMASARAN PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK TERHADAP PRODUK TABUNGAN BJB TANDAMATA *MY FIRST***

**Oleh:**

**Debora**

## **ABSTRAK**

Perkembangan bisnis di dunia perbankan semakin luas, sehingga persaingan dalam memasarkan produk semakin ketat. Bank Bjb memiliki produk Tabungan Tandamata *My First* yang diharapkan dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat terutama anak-anak karena dapat mengedukasi bagi anak untuk memulai belajar dan membudayakan menabung sejak dini. Untuk memperkenalkan produk maka perlu adanya pemasaran dengan mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari penerapan strategi untuk meningkatkan kualitas dalam melakukan kegiatan pemasaran tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan menarik dalam memberikan informasi terkait produk Tabungan Tandamata *My First*. Pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan produk Tabungan Tandamata *My First* yaitu melalui bauran pemasaran 7P. Adapun hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produk berupa kurangnya kesadaran, kurangnya ketertarikan masyarakat dan atau anak - anak untuk menabung, kurang literasi orang tua perihal budaya mempersiapkan masa depan anak dengan menabung. Penulis memiliki solusi yang sekiranya dapat membantu dalam mengurangi hambatan dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan mengundang orang tua atau wali untuk memberikan edukasi kepada anak - anak mengenai konsep uang sejak dini, memberikan penjelasan tentang mempersiapkan masa depan anak dengan menabung disertai dengan *games* serta hadiah - hadiah yang menarik.

**Kata Kunci:** Tabungan, Pemasaran, Strategi Pemasaran