

PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG CIBINONG

Oleh :

Adam Yoga Pratama

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI KC Cibinong dalam meningkatkan jumlah nasabah pelajar. Produk ini ditujukan untuk siswa dari tingkat PAUD hingga SMA dan tersedia di berbagai bank di Indonesia dengan persyaratan yang mudah dan fitur menarik. Metode penelitian meliputi studi pustaka, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BRI KC Cibinong menerapkan konsep Segmenting (Segmentasi), Targeting (Penentuan Pasar), dan Positioning (Pasar Sasaran), serta menggunakan tujuh unsur bauran pemasaran (marketing mix): strategi produk, harga, promosi, tempat, pegawai, bukti fisik, dan proses. Pemasaran produk Simpel mencakup program-program tabungan menarik seperti desain produk yang lucu, hadiah bagi pembuka tabungan, dan bundling layanan perbankan untuk pelajar dan sekolah. Strategi pemasaran ini menunjukkan peningkatan dalam jumlah nasabah dari waktu ke waktu.

Kata Kunci : Segmentasi, Positioning, Targetting, Bauran Pemasaran.

IMPLEMENTATION OF STUDENT SAVINGS MARKETING (SIMPLE) AT BANK BRI CIBINONG BRANCH OFFICE

By :

Adam Yoga Pratama

ABSTRACT

This research aims to find out the marketing strategy of the Student Savings Savings (Simpel) product at BRI Bank KC Cibinong in increasing the number of students. This product is intended for students from PAUD level to high school and is available at various banks in Indonesia with easy requirements and attractive features. Research methods include library study, documentation, and interviews. The results show that BRI Bank KC Cibinong applies the concept of Segmenting, Targeting, and Positioning, as well as using seven marketing mix elements: product strategy, price, promotion, location, staff, physical evidence, and process. Simpel product marketing includes exciting savings programs such as funny product design, prizes for savings opener, and banking services bundling for students and schools. This marketing strategy shows an increase in the number of customers over time.

Keywords: Segmentation, Positioning, Targeting, Marketing Mix.