

STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA PADA PT. BPR. BKK BOYOLALI

ADI SETYANINGRUM, 17.13.0304,

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan PT. BPR BKK Boyolali dalam memperoleh dana pihak ketiga dan kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran PT. BPR BKK Boyolali dalam memperoleh dana pihak ketiga.

Hasil pembahasan disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran tabungan oleh PT. BPR BKK Boyolali adalah dengan menampilkan kualitas dari produk tabungan antara lain: Produk Tabungan meliputi Tamades, TabunganKu, Simpel, Tamapel, Tahara (Tabungan Hari Raya) Taqurus (Tabungan Qurban), Deposito Berjangka. Strategi dalam penerapan harga terutama pemberian suku bunga tabungan yang menarik dan tidak dipungut biaya administrasi. Promosi PT. BPR BKK Boyolali dalam penggalangan dana dan pembiayaan. Lokasi / Distribusi dengan mempermudah nasabah memperoleh akses dan jangkauan pelayanan bank dan strategi jemput bola. Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran PT. BPR BKK Boyolali dalam memperoleh dana pihak ketiga sebagai berikut: Sumber Daya Manusia yaitu para karyawan merangkap pekerjaan bagian lainnya sehingga kurang efektif dan efisien dalam memasarkan produk tabungan deposito. Adanya nasabah yang masih belum terikat dalam satu niat sehingga menarik dana tidak sesuai dengan jangka waktunya. Nasabah lebih memilih tabungan lain yang bisa diambil sewaktu-waktu. Maraknya Persaingan antara bank konvensional lain yang membuka layanan perbankan, sehingga nasabah masih ragu-ragu dalam memilih tempat untuk menabung.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Dana dan Tabungan