

ABSTRAKSI

Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BATARA PRIMA PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) KANTOR CABANG SEMARANG
Nama : FATMAH
NIM : D0G006025
Program Studi : DIII PEMASARAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatannya utamanya menghimpun dana dari masyarakat selain itu juga memberikan kredit atau pinjaman kepada masyarakat. Dalam menanggapi persaingan yang ada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Semarang menggunakan strategi pemasaran yang mencakup *segmenting, targeting, positioning* serta *marketing mix*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif yaitu tulisan yang berisikan paparan dan uraian tentang suatu obyek sebagaimana adanya pada saat penelitian. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa data kualitatif yaitu teknik analisa data yang penganalisaannya dilakukan dengan memberi penjelasan mengenai gambaran peristiwa yang terjadi terutama berkaitan dengan strategi pemasaran Tabungan Batara Prima.

Tabungan Batara Prima adalah tabungan yang prioritas utamanya untuk investasi. Tabungan Batara Prima memiliki fitur yang spesifik yaitu pihak bank akan memberikan bonus bunga 1,5% kepada nasabah yang tidak melakukan penarikan dana selama dua bulan.

Dalam memasarkan Tabungan Batara Prima PT. Bank Tabungan Negara menggunakan strategi pemasaran yang dimulai dengan penentuan *segmenting, targeting, positioning* serta *marketing mix* yaitu yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi. PT. Bank Tabungan Negara menetapkan target pasar Tabungan Batara Prima untuk golongan ekonomi menengah ke atas.