

ABSTRAK

SYAHRIANI, 2024. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank BRI Cabang Bulukumba, Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing Asdi dan Sherry Edelia Natsir Kalla

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada bank BRI Cabang Bulukumba. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian dilapangan. Jumlah sampel sebanyak 10 orang responden yang merupakan pegawai dan nasabah Bank BRI Cabang Bulukumba Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BRI cabang Bulukumba menggunakan langkah-langkah pemasaran yang terdiri dari segmentasi pasar, targeting, dan positioning. Selain itu Bank BRI cabang Bulukumba juga menerapkan bauran promosi dalam memasarkan produknya dengan menggunakan metode periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Analisis SWOT dalam strategi pemasaran pada Bank BRI Cabang Bulukumba berdasarkan hasil analisis strength, weakness, opportunity, dan threat menghasilkan matriks IFAS dan EFAS IFAS meliputi faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,08 yang berarti bahwa Bank BRI cabang Bulukumba berada dititik yang kuat dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Sedangkan, EFAS yang meliputi faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,14 yang berarti Bank BRI cabang Bulukumba berada dititik yang kuat dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Dengan demikian menghasilkan diagram analisis SWOT yang menunjukkan bahwa Bank BRI cabang Bulukumba berada dikuadran I yang berarti kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan Bank BRI cabang Bulukumba. Strategi ini menandakan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih nasabah secara maksimal.

Kata Kunci : Bank, Strategi, Pemasaran, Nasabah

ABSTRACT

SYAHRIANI, 2024. Marketing Strategy Analysis in Efforts to Increase the Number of Customers at Bank BRI Bulukumba Branch, Thesis of the Development Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Makassar. Supervised by Supervisor Asdi and Supervisor Sherry Edelia Natsir Kalla

This research aims to determine marketing strategies in an effort to increase the number of customers at BRI Bank Bulukumba Branch. The data used in this research is primary data obtained directly when conducting research in the field. The total sample was 10 respondents who were employees and customers of Bank BRI Bulukumba Branch. The type of research used was a qualitative approach. The analysis techniques used in this research used field observations, interviews and documentation.

Based on the results of the marketing strategy analysis in increasing the number of customers at the Bulukumba branch of BRI Bank using marketing steps consisting of market segmentation, targeting and positioning. Apart from that, Bank BRI Bulukumba branch also applies a promotional mix in marketing its products using advertising, personal selling, sales promotion and publicity methods. SWOT analysis in the marketing strategy at Bank BRI Bulukumba Branch based on the results of the strength, weakness, opportunity and threat analysis produces the IFAS and EFAS IFAS matrices including strength and weakness factors with a total score of 3.08 which means that Bank BRI Bulukumba branch is at a strong point in his efforts to carry out a strategy of utilizing strengths to overcome weaknesses. Meanwhile, EFAS which includes opportunity and threat factors has a total score of 3.14, which means that Bank BRI Bulukumba branch is at a strong point in its efforts to carry out strategies to take advantage of opportunities and avoid threats. Thus producing a SWOT analysis diagram which shows that Bank BRI Bulukumba branch is in quadrant I, which means that this quadrant is a very profitable situation for Bank BRI Bulukumba branch. This strategy indicates a company that is strong and able to continue to develop by taking advantage of existing opportunities to reach customers optimally.

Keywords: Bank, Strategy, Marketing, Customers