

ABSTRAK

Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus

AGUS SALIM,

2015/15134002 :

Bank Nagari Cabang Tapus

Pembimbing :

Muthia Roza Linda,SE,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana efektifitas penerapan strategi pemasaran produk tabungan sikoci yang dilakukan oleh PT. Bank Nagari Cabang Tapus, serta apa cara yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Tapus dalam menarik nasabah untuk menabung di tabungan sikoci tersebut. Penelitian ini menggunakan metode wawancara. Lokasi penelitian ini di Bank Nagari Cabang Tapus yang beralamat di Jl. Nusantara, No.152 Pasar Lama, Tapus, Kecamatan Padang Gelugur, kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatera Barat. Data penyusunan tugas akhir diperoleh melalukan wawancara secara langsung pada Bank Nagari Cabang Tapus.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini maka peneliti menghimpun informasi dengan cara dari sumber laporan internal perusahaan literatur yang relepan. dalam menganalisa data penulis menggunakan jenis data kualitatif yaitu data yang menggambarkan keadaan sesungguhnya, dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk perumusan sebuah strategi pemasaran produk tabungan sikoci, yang meliputi faktor internal perusahaan kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dalam melakukan pemasaran produk Sikoci, sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) bagi perusahaan, yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2014).

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terdapat strategi SO dengan mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan penerapan teknologi-teknologi baru, WO dengan melakukan sosialisasi di berbagai media, ST dengan mempertahankan cirri khas produk, WT dengan memberikan tingkatan suku bunga yang bersaing.

Pada saat ini produk tabungan Sikoci berada pada posisi yang bagus karena *Strength* dan *Opportunities*nya bagus dimana strategi pemasarannya sebaiknya menggunakan Strategi agresif, dengan melakukan promosi dengan gencar dan besar-besaran, supaya bisa bertahan pada posisi ini.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, dan Bank Nagari