

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS BAURAN PEMASARAN TABUNGAN BTN BATARA DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), Tbk. KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Muhamad Ghozali**

PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Bandar Lampung yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi No. 88-88 Teluk Betung Bandar Lampung. PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa keuangan. Bank Tabungan Negara sebagai bank milik Negara ditetapkan dengan UU No. 20 tahun 1968 tanggal 19 Desember 1968 BTN yang telah membuktikan peranya dalam menghubungkan kegemaran masyarakat Indonesia untuk menabung.

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam menunjang tercapainya tujuan dan sasaran yang ditetapkan oleh manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. adalah melalui analisis pemasaran jasa perbankan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. dalam memperkenalkan produk-produk jasa perbankan yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Masalah yang dihadapi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. adalah kurangnya minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk. dikarenakan masyarakat memiliki pandangan bahwa bank BTN adalah bank yang focus dalam pembiayaan perumahan.

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui realisasi bauran pemasaran tabungan BTN Batara di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Bandar Lampung dan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengevaluasi dan mempertimbangkan perusahaan untuk menerapkan bauran pemasaran dan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran.

Dari hasil pembahasan bahwa PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Bandar Lampung dalam melaksanakan bauran pemasaran tabungan BTN Batara sudah sesuai dengan *Standart Operating Procedure* (SOP).

Saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Bandar Lampung adalah agar tetap mempertahankan bauran pemasaran yang digunakan selama ini namun karena masyarakat memiliki pandangan bahwa bank BTN adalah bank yang hanya focus dalam pembiayaan perumahan, maka usaha untuk meyakinkan kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan bauran promosi pada periklanan baik melalui media elektronik (televise, radio, internet) maupun media cetak (brosur, pamflet, spanduk, surat kabar, majalah).