

ABSTRAK

Raihan Yosdi, NIM 17101155310502. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2021), “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito Pada Bank Central Asia Bukittinggi”, di bawah bimbingan Bapak Dr. Fitrizal, S.E., M.M dan Ibu Olandari Mulyadi, S.E.,M.M.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi pemasaran deposito yang dilakukan oleh PT. Bank Central Asia Bukittinggi melalui analisis *SWOT*, dimana jumlah nasabah deposito mengalami penurunan dan peningkatan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2021. Sedangkan jumlah nominal deposito mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan ini, PT. Bank Central Asia Bukittinggi dapat meningkatkan jumlah nasabahnya dengan menggunakan strategi pemasaran deposito melalui analisis *SWOT*.

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah melalui wawancara langsung dengan Kepala Bagian CSO. Terakhir dokumentasi untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran deposito yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Central Asia Bukittinggi berdasarkan analisis matriks *SWOT* maka dapat dirumuskan beberapa strategi yaitu, 1) Memperluas jangkauan pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja yang luas, 2) Meningkatkan kualitas produk Deposito dengan memanfaatkan keunggulan produk Deposito, 3) Meningkatkan variasi-variasi dalam mempromosikan produk Deposito dengan memanfaatkan sistem jemput bola, 4) Menciptakan inovasi produk baru yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat melalui pasar yang dimiliki perusahaan, 5) Meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan dengan memanfaatkan jaringan kerja yang luas dan 6) Menetapkan strategi pemasaran produk yang efektif dan efisien.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Deposito dan Analisis *SWOT*

ABSTRACT

Raihan Yosdi, NIM 17101155310502. Management of Faculty of Economics and Business (2021), "Marketing Strategy in Increasing The Number of Deposit Customers at Bank Central Asia Bukittinggi", under the guidance of Dr. Fitrizal, S.E., M.M and Mrs. Olandari Mulyadi, S.E., M.M.

The problem discussed in this thesis is how the deposit marketing strategy conducted by PT. Bank Central Asia Bukittinggi through SWOT analysis, where the number of deposit customers decreased and increased from 2016 to 2021. While the nominal amount of deposits has increased every year. With this, PT. Bank Central Asia Bukittinggi can increase the number of its customers by using deposit marketing strategy through SWOT analysis

The type of research that the authors do is field research that uses descriptive analysis methods with qualitative approaches. The data collection technique that the author does is through a live interview with the Head of CSO. Last documentation to obtain data related to the problem studied.

The results of this study show that deposit marketing strategy that can be done by PT. Bank Central Asia Bukittinggi based on SWOT matrix analysis can be formulated several strategies, namely, 1) Expanding the marketing reach by using a wide network of work, 2) Improving the quality of Deposit products by utilizing the advantages of Deposit products, 3) Increasing variations in promoting Deposit products by utilizing the ball pick-up system, 4) Creating new product innovations that can increase public attractiveness through the company's market, 5) Improve the company's competitive capabilities by utilizing an extensive network of work and 6) Establish effective and efficient product marketing strategies.

Keywords: Marketing Strategy, Deposit and SWOT Analysis