

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis, merancang dan menghasilkan strategi yang efektif bagi PT. Bank Bukopin, Tbk untuk mendukung proses pemasaran produk perbankan yang telah berjalan khususnya dalam media website. Proses bisnis pemasaran melalui media website resmi yang dilakukan saat ini dirasa masih belum optimal dari sisi fitur dan informasi yang diberikan. Sehingga diperlukannya penambahan fitur dan indikator efektifitas sebagai evaluasi pemasaran dalam media website.

Oleh karena itu, perancangan ini merupakan strategi dalam memonitoring pemasaran produk perbankan pada media website. Selain itu memberikan pelayanan yang terbaik bagi Nasabah dalam penyampaian segala bentuk informasi mengenai produk, program hadiah dan hal lain yang diperlukan.

Kata kunci: *PT. Bank Bukopin, Tbk, Pemasaran, Website, Monitoring*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze, design and produce an effective strategy for PT. Bukopin, Tbk to support the marketing process of banking products that have been running especially in media websites. Media marketing business processes through the official website which is done at this time it is still not optimal in terms of features and information provided. Thus the need for additional features and indicators of effectiveness as a marketing evaluation in media websites.

Therefore, this design is a marketing strategy in monitoring the banking products on media websites. Besides providing excellent service to the Customer in the delivery of any information regarding the products, programs and other gifts are needed.

Keywords: PT. Bukopin, Tbk, Marketing, Website, Monitoring