

ABSTRAK

Promosi merupakan upaya yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan serta mempengaruhi calon konsumen agar melakukan pembelian produk. Dalam bisnis perbankan persaingan yang ketat mendorong pentingnya promosi, salah satunya melalui metode *direct marketing* dengan memperkenalkan produk secara langsung kepada calon konsumen. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk mendeskripsikan penerapan Promosi Produk Tabungan melalui *Direct Marketing* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa *direct marketing* yang diterapkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun dalam mempromosikan produk tabungan dilakukan melalui lima bentuk dalam hal ini yaitu *Face to face selling* dilakukan melalui kunjungan kepada nasabah potensial. *Direct-mail marketing* dilakukan melalui surat penawaran dan brosur kepada instansi atau perusahaan. *Catalog marketing* dilakukan dengan mengirimkan katalog berdasarkan data yang ditetapkan. *Telemarketing* dilakukan melalui telepon keluar (*outbound telephone marketing*) dan *online marketing* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial *WhatsApp*.

Kata Kunci: *promosi, direct marketing, produk tabungan*