

ABSTRAK

Umi Febriana Wulandari, 1950410022, Strategi Pemasaran Melalui *Product Branding* dan *Personal Branding* Pada Produk Tabungan Sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban.

Penelitian ini di latar belakang dengan adanya produk penghimpunan dana di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban. Salah satu produk yang terdapat di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban adalah SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar) merupakan tabungan simpanan yang penarikan dan pengambilannya bisa dilakukan sewaktu-waktu dan produk tersebut diminati oleh masyarakat maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan simpanan sukarela lancer (SIRELA) melalui *product branding* dan *personal branding*.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field reaseach* dengan pendekatan kualitatif. Sumber data di peroleh melalui data primer (berkaitan dengan subyek penelitian) dan data sekunder (berkaitan dengan literatur yang berhubungan dengan objek penelitian), dengan teknik pengumpulan data baik wawancara (dengan anggota pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban), observasi maupun dekomendasi. Kemudian dilakukan uji keabsahan data melalui triagulasi sumber, teknik, dan waktu. Setelah data terkumpul, data di analisis dengan mereduksi data, penyajian dan kesimpulan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban menggunakan *product branding* terhadap produk tabungan sirela mengenai mengapa produk dinamakan sirela. Sedangkan untuk *personal branding* disini KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban melakukan strategi dengan melakukan *branding* pada nasabah dan produk tabungan sirela. Apakah di produk tabungan sirela memiliki keistimewaan dan keunikan dari produk tersebut sehingga diminati banyak oleh masyarakat, *personal branding* pada nasabah misal nya nasabah yang didatangi murah senyum, grapyak, lemah lembut, dan mudah kenal dengan orang yang pertama kali baru ditemui. Adapun *personal branding* pada pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati Cabang Karaban yang dapat disampaikan ke nasabah agar nasabah tetap setia menjadi pelanggan produk tabungan sirela di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Pati cabang karaban, strategi tersebut dapat dilakukan dengan cara pihak KSPPS memiliki keistimewaan dan keunikan sendiri untuk menarik nasabah untuk bergabung dan mengikuti kegiatan menabung.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Product Branding dan Personal Branding, Tabungan Sirela*