

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA  
PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK  
KANTOR CABANG METRO**

**Laporan Magang**



**Disusun oleh:**

**Fandi Nur Muhammad Batubara**

**18213016**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA  
PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK  
KANTOR CABANG METRO**

**Laporan Magang**

**Laporan Magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**Disusun oleh:**

**Fandi Nur Muhammad Batubara**

**18213016**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA**  
**PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK**  
**KANTOR CABANG METRO**



**Disusun oleh:**

**Nama : Fandi Nur Muhammad Batubara**

**No. Mahasiswa: 18213016**

**Jurusan : Perbankan dan Keuangan**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing**

**Pada tanggal 5 Juni 2021**

**Dosen Pembimbing**



**(Nurs Ellyanawati Esty Rahayu, SE.,MM)**

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup untuk menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Lampung, 4 Juni 2021

Penulis



Fandi Nur Muhammad Batubara

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, atas segala rahmat dan pertolongan Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro” dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT penyusunan Laporan Tugas Akhir ini berjalan dengan lancar. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Allah Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya.
2. Bapak Najamuddin S.Pd. dan Ibu Siti Munawaroh selaku Orang tua yang tidak pernah lelah dalam memberikan bimbingan dan dukungan kepada saya untuk lebih semangat dan terus berkarya, serta doa yang selalu ditujukan kepada saya.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bimbingan dan dukungan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Nur Ellyanawati Esty Rahayu, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan arahan dengan sabar sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik.
5. Ibu Annisa Rahima SE, M.Ec.Dev selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan ilmunya selama perkuliahan ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan bimbingan dan membekali ilmu selama perkuliahan.
7. Ibu Ambar Arianti selaku Sumber Daya Manusia (SDM) di BRI Kantor Cabang Metro yang telah memberikan kesempatan dalam melaksanakan program magang dan membekali ilmu selama magang satu bulan.
8. Made Andhika Erawan selaku *Costumer Service* di BRI Kantor Cabang Metro yang telah memberikan pengalaman dan membekali ilmu selama magang satu bulan.
9. Bapak Aryo Wibowo selaku Petugas Dana dan Jasa di BRI Kantor Cabang Metro yang telah memberikan bimbingan dan membekali ilmu selama magang satu bulan.
10. Seluruh pihak BRI Kantor Cabang Metro yang telah memberikan arahan serta membekali ilmu selama magang satu bulan.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis

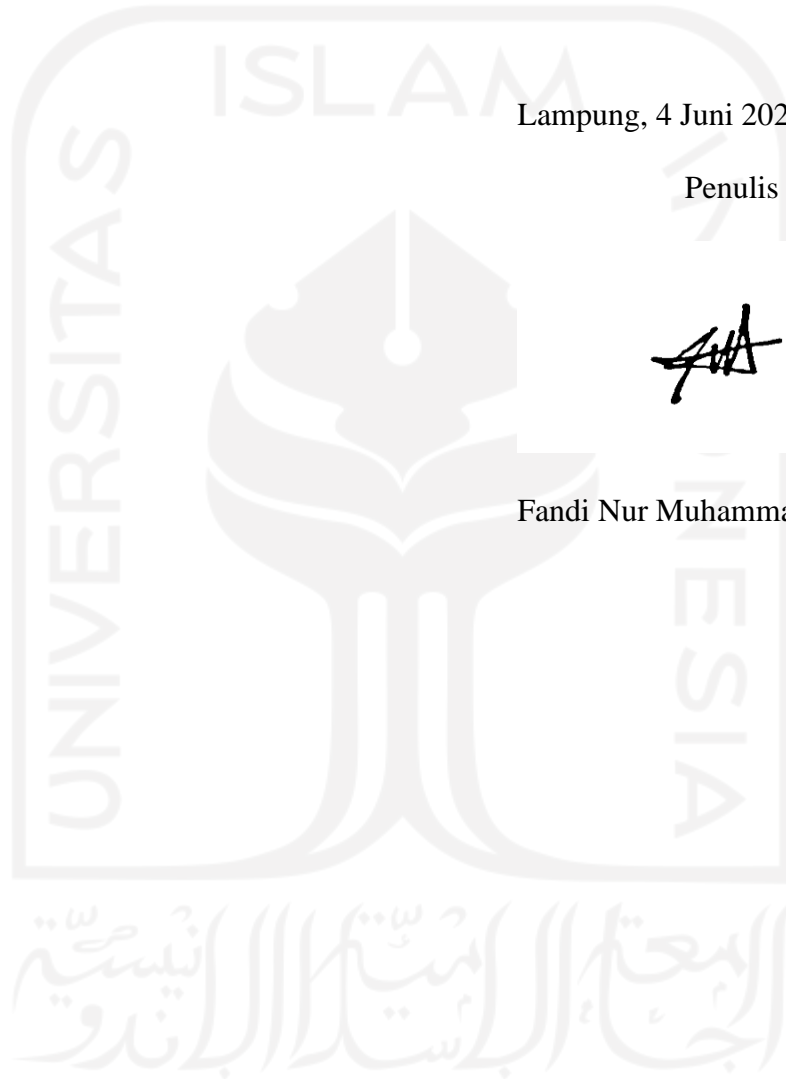
mengharapkan kritik dan saran yang kiranya dapat membangun dalam penyempurnaan laporan ini untuk dijadikan sebagai pembelajaran di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Lampung, 4 Juni 2021

Penulis



Fandi Nur Muhammad Batubara



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang .....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang .....	3
1.4 Bidang Magang .....	3
1.5 Lokasi Magang .....	4
1.6 Jadwal Magang.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Bank.....	6
2.1.2 Pengertian dan Jenis Bank .....	6
2.1.3 Fungsi Bank .....	7
2.2 Tabungan .....	8
2.2.1 Pengertian Tabungan .....	8
2.3 Strategi Pemasaran .....	9
2.3.1 Pengertian Strategi.....	9
2.3.2 Pengertian Pemasaran .....	9
2.3.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.3.4 Pengertian Bauran Pemasaran .....	10
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF.....	12
3.1 Data Umum .....	12



3.1.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. ....	12
3.1.2 Sejarah Singkat BRI Kantor Cabang Metro .....	13
3.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.....	13
3.1.4 Struktur Organisasi BRI Kantor Cabang Metro .....	15
3.1.5 Produk dan Layanan BRI.....	16
3.2 Data Khusus .....	22
3.2.1 Produk Tabungan Britama di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro. ....	22
3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.....	26
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>33</b>
4.1 Kesimpulan.....	33
4.2 Saran.....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>36</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>38</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Magang PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Metro .....	5
Tabel 1. 2 Bunga Kompetitif.....	23
Tabel 1. 3 Biaya Administrasi.....	24
Tabel 1. 4 Persyaratan Kelengkapan Data .....	24
Tabel 1. 5 Suku Bunga Tabungan Britama .....	26



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Denah Lokasi Magang .....	4
Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.....	15



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang .....	38
Lampiran 2: Brosur Tabungan Britama .....	39



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Pada zaman modern ini, lembaga perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini dialami bank konvensional maupun bank syariah baik dalam segi peningkatan pelayanan, produk, dan sebagainya. Pengertian Lembaga keuangan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan, Lembaga perbankan merupakan lembaga yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan kembali dana kepada masyarakat, selain menghimpun dan menyalurkan dana juga memberikan jasa layanan kepada masyarakat. Peran lembaga perbankan sangatlah penting dalam perekonomian dan dapat dikatakan sebagai lembaga kepercayaan, dengan adanya kepastian hukum dalam pengawasan dan peraturan bank sehingga diperolehnya kepercayaan masyarakat.

Menurut penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, bank memiliki peran dalam pelaksanaan pembangunan nasional dengan cara meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi serta stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Untuk menghadapi persaingan tersebut, lembaga perbankan melakukan inovasi seperti meningkatkan kualitas dari segi pelayanan maupun produknya. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya, bank membutuhkan strategi untuk memasarkan produknya.

Strategi pemasaran adalah suatu langkah awal untuk mengenalkan produk kepada nasabah. Dalam mengenalkan produk kepada nasabah, bank dapat mengomunikasikan produknya kepada nasabah secara langsung maupun tidak langsung, seperti fasilitas dan keunggulan dari produk tersebut. Pemasaran sangatlah penting, karena dalam kegiatan penjualan harus ada strategi mengenai bagaimana produk yang ditawarkan bisa terjual dan bagaimana promosi yang dilakukan bisa diterima dengan baik oleh nasabah. Menurut (Sudarsono, 2020:4), Strategi pemasaran merupakan kegiatan untuk memasarkan atau mempromosikan suatu barang atau jasa dengan rencana tertentu serta mengkombinasikan beberapa elemen penting seperti promosi, produk, distribusi, harga, dan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan tujuan utamanya untuk mendapatkan kepuasan konsumen atas barang atau jasa yang ditawarkan.

Dalam memasarkan produknya bank memiliki sasaran yang harus dicapai, artinya sasaran dari tujuannya yang harus dicapai dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Salah satu pemasaran bank yang banyak berhasil adalah pemasaran produk tabungan.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank yang sangat gencar dalam memasarkan produk tabungannya. Produk unggulan dari BRI saat ini adalah Tabungan Britama. Untuk menarik minat nasabah dalam menabungkan uangnya dalam Tabungan Britama, BRI melakukan inovasi terhadap produk tersebut seiring perkembangan teknologi saat ini, guna memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam memasarkan produknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro menggunakan strategi pemasaran yang

dikenal dengan Bauran Pemasaran. Terdapat 4 unsur penting dalam Bauran Pemasaran yaitu *Product, Price, Place*, dan *Promotion* atau dikenal dengan 4P.

Berdasarkan uraian dasar pemikiran diatas, maka penulis mengambil judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro”**.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan pembuatan laporan ini adalah:

1. Mengetahui produk Tabungan Britama di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.
2. Mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.

## **1.3 Target Magang**

Target dari laporan magang ini adalah:

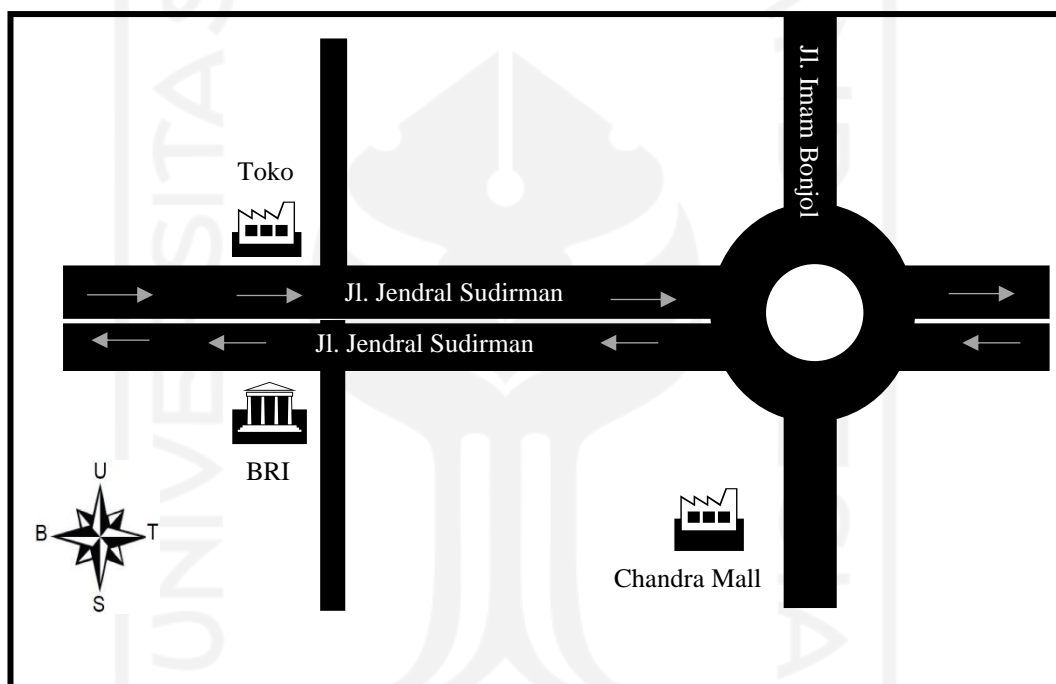
1. Menjelaskan produk Tabungan Britama di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.
2. Menjelaskan strategi pemasaran produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.

## **1.4 Bidang Magang**

Bidang magang dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah di bagian *marketing*. *Marketing* adalah salah satu bagian dari sebuah perusahaan yang sangat dibutuhkan. Fungsi dari *marketing* ini untuk mencari nasabah, mendapatkan nasabah, memperbanyak atau menambah nasabah, dan menguasai pasar serta mempertahankan nasabah.

### 1.5 Lokasi Magang

Lokasi magang yaitu di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dengan kantor yang beralamatkan di Jl. Jendral Sudirman No.50, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung. Kode Pos (34111), Telepon: (0725) 42634/5



Gambar 1. 1 Denah Lokasi Magang

### 1.6 Jadwal Magang

Jadwal magang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dilaksanakan selama 1 bulan dari tanggal 01 Maret sampai dengan 31 Maret 2021.



Tabel 1. 1 Jadwal Magang PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Metro

No	Keterangan	2021																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pemilihan Tempat Magang	■	■	■																	
2	Pembekalan Magang			■	■																
3	Pelaksanaan Magang					■	■	■	■												
4	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing									■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Penyusunan Laporan Magang									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Pelaksanaan Ujian TA																	■	■	■	■

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank**

##### **2.1.2 Pengertian dan Jenis Bank**

Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Selain menghimpun dan menyalurkan, lembaga ini juga memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat. Pengertian bank tertera dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank adalah badan usaha yang berfungsi untuk menghimpun dana dalam bentuk simpanan lalu menyalurkan kembali dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan ataupun kredit dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya kepada masyarakat.

Berdasarkan perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang sebelumnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 November 1998, jenis perbankan terdiri dari dua jenis yaitu:

1. Bank Umum adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya secara konvensional ataupun secara syariah, dalam kegiatan utamanya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya secara konvensional ataupun secara syariah, dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dari pengertian dan jenis bank diatas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang memutuhkan dana.

### **2.1.3 Fungsi Bank**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992, Bank berfungsi untuk menghimpun dana dalam bentuk simpanan lalu menyalurkan kembali dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan ataupun kredit dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya kepada masyarakat. Menurut (Akbar, 2019:16), fungsi bank sebagai:

#### *1. Agent of Trust*

Fungsi ini memiliki dasar utama dari kegiatan perbankan yaitu kepercayaan, baik dalam kegiatan menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Untuk menarik masyarakat agar menitipkan dananya di bank harus dilandasi kepercayaan, agar masyarakat percaya kepada bank bahwa dananya tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank, justru dananya akan dikelola dengan baik oleh bank. Fungsi ini tentunya tidak lepas dari prinsip saling menguntungkan dari kedua belah pihak.

#### *2. Agent of Development*

Fungsi ini berkaitan dengan tanggung jawab bank terkait kelancaran transaksi ekonomi. Dimana dalam kegiatan ekonomi yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi merupakan kegiatan yang tidak terpisah. Kegiatan produksi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menambah nilai guna barang yang dipakai konsumen. Kegiatan distribusi dilakukan dengan cara menyalurkan barang yang telah jadi dari produsen ke konsumen. Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan

mengurangi nilai guna dari suatu barang. Semua ini dilakukan dengan menggunakan uang sebagai alat pertukaran, pembayaran, dan kesatuan hitung. Dalam hal ini bank sebagai lembaga keuangan memiliki peran yang strategis untuk menjembatani semua kepentingan pelaku ekonomi dalam transaksi yang dilakukan.

### 3. *Agent of Service*

Bank diketahui sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa keuangan maupun jasa non-keuangan. Bank juga memberikan jasa pelayanan seperti transfer, jasa kontak pengaman, dan jasa penagihan atau inkaso yang saat ini telah berubah dengan nama *city clearing*. Dengan hal ini, bank tidak hanya menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, tetapi juga memiliki fungsi lainnya.

## 2.2 Tabungan

### 2.2.1 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan simpanan dana pihak ketiga dalam bentuk rupiah atau valas yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) selama saldo mencukupi (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:91). Pengertian Tabungan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah simpanan dana pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan alat lainnya.

Tabungan ini merupakan salah satu kegiatan jasa perbankan yang diberikan kepada masyarakat untuk menyimpan uang. Artinya menyimpan uang sama dengan

menabung dengan cara yang lebih aman, selain itu menabung juga merupakan salah satu cara untuk melakukan penghematan. Berdasarkan pengertian tersebut tabungan dapat diartikan sebagai salah satu sarana yang diciptakan oleh bank untuk masyarakat dalam menyimpan atau menabung uangnya di bank dengan cara yang lebih aman.

## **2.3 Strategi Pemasaran**

### **2.3.1 Pengertian Strategi**

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang akan ditempuh oleh perusahaan atau para pemimpin puncak untuk menyusun suatu cara agar tujuan dari perusahaan tersebut bisa mencapai sasarannya (Yam, 2020:16). Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan komponen penting bagi sebuah perusahaan dalam mencapai sasarannya.

### **2.3.2 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan memperkenalkan atau mempromosikan suatu barang atau jasa kepada konsumen yang dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran juga merupakan keseluruhan suatu sistem kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan barang, menentukan harga, dan mempromosikan.

Pemasaran adalah kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki perusahaan tersebut, kegiatan pemasaran meliputi berbagai kegiatan seperti penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi, dan komunikasi kepada konsumen (Assari, 2013:5). Berdasarkan pengertian tersebut pemasaran dapat diartikan sebagai salah satu kegiatan pokok

yang harus dilakukan perusahaan, agar usaha yang dijalankan tetap maju dan berkembang sehingga kelangsungan hidup usahanya tetap bertahan.

### **2.3.3 Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah suatu keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, mendistribusikan barang, penentuan harga, dan mempromosikan kepada konsumen serta memenuhi kebutuhan konsumen (Sudarsono, 2020:4). Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengenalkan produk kepada nasabah agar produk dari perusahaan tersebut dapat dikenal dan diminati masyarakat sehingga usaha yang dijalankan tetap maju dan berkembang agar kelangsungan hidup usahanya tetap bertahan.

### **2.3.4 Pengertian Bauran Pemasaran**

Dalam memasarkan produknya, perusahaan akan melakukan rencananya secara detail untuk mencapai targetnya dengan melakukan bauran pemasaran. Menurut (Fatihudin, 2019:180), Bauran pemasaran adalah strategi dengan mencampurkan kegiatan *marketing*, untuk mencari kombinasi yang maksimal sehingga hasilnya memuaskan.

Menurut penjelasan (Diniaty, 2014:177), dalam memasarkan produknya terdapat 4 unsur penting yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* atau dikenal dengan 4P.

#### **1. *Product* (Produk)**

Produk adalah segala hal yang ditawarkan di dalam pasar untuk dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi, lalu terciptanya kepuasan dan terpenuhinya kebutuhan

masyarakat. Produk ini bisa berwujud atau tidak berwujud karena bisa dalam bentuk barang atau jasa.

## 2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan kepada produsen karena telah mendapatkan produk atau jasa dari produsen. Harga merupakan komponen yang sangat penting karena menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan dari rencana pemasaran.

## 3. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan sasaran untuk mengetahui dan memahami kondisi pasar. Tempat sangat penting untuk memasarkan produk atau jasa, dimana tempat tersebut harus banyak dilewati orang agar nanti memiliki banyak konsumen.

## 4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada konsumen, agar konsumen tertarik untuk membeli dan memakai produk yang ditawarkan. Dalam memasarkan suatu produk atau jasa, sebagian besar promosi dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti *whatsapps*, *instagram*, dan *facebook*. Atau bisa juga dengan menggunakan media cetak, dan *audiovisual* seperti televisi, radio, dan surat kabar.

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) berdiri pada tanggal 16 Desember 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah. Didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja bernama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*, yang artinya suatu lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia dalam melakukan pinjaman.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946 Pasal 1, pada saat setelah kemerdekaan disebutkan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan Bank Pemerintah Indonesia. Kegiatan BRI sempat terhenti pada tahun 1948 untuk sementara waktu dalam masa mempertahankan kemerdekaan Indonesia dan mulai beroperasi kembali setelah perjanjian *Renville* pada tahun 1949. Pada saat itu, namanya diubah menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari Bank BRI dan *Nederlandsche Maatschappiji* (NHM) dibentuk berdasarkan PERPU Nomor 41 Tahun 1960. Kemudian BKTN diintegrasikan menjadi Bank Indonesia (BI) dan diberi nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan melalui Penetapan Presiden (Penpres) Nomor 9 Tahun 1965. Setelah sebulan bekerja, keluar Penpres Nomor 17 Tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal bernama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru tersebut BKTN diubah namanya



menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM diubah namanya menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor.

Setelah terbit Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 1992, status BRI diubah menjadi Perseroan Terbatas. Pada saat ini, kepemilikan BRI di tangan pemerintah adalah 100%. Pemerintah memutuskan untuk menjual saham bank sebesar 30% pada tahun 2003. Sejak itu, perusahaan publik telah berganti nama menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang namanya masih digunakan sampai saat ini (PT. Bank Rakyat Indonesia, 2021).

### **3.1.2 Sejarah Singkat BRI Kantor Cabang Metro**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Metro beralamat di Jl. Jendral Sudirman No.50, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung. Kode Pos (34111), Telepon: (0725) 42634/5.

Pada tanggal 23 Juli 1992 Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Metro diresmikan oleh Kamardiy Arief selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia (BRI). Saat ini, Pemimpin Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Metro adalah Nur Laela Zuliatus Shiyam.

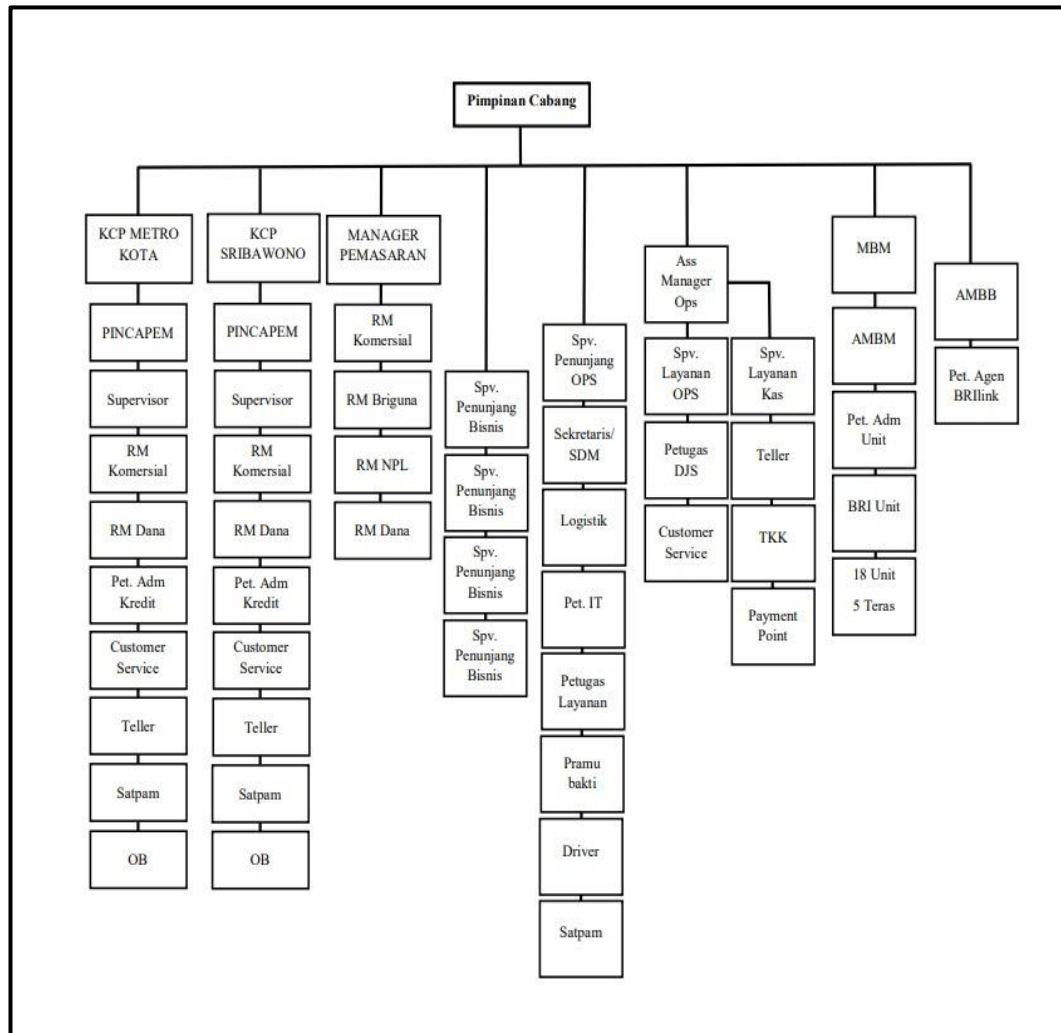
### **3.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.**

Visi dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yaitu menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*. Kemudian untuk misi dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai berikut:

1. Memberikan yang terbaik, artinya melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Menyediakan layanan yang prima, artinya memberikan layanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip *operational* dan *risk management excellence*.
3. Bekerja dengan optimal dan baik, artinya memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik (PT. Bank Rakyat Indonesia, 2021).

Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro ini wajib dilaksanakan oleh segenap karyawan untuk mencapai tujuan dari visi tersebut, yaitu menjadikan bank terbaik di Asia Tenggara. Untuk mencapai visi tersebut dibutuhkan arah gerak atau indikator pencapaian maka dilakukannya misi dengan memberikan pelayanan yang baik untuk membantu peningkatan ekonomi dan memberikan layanan yang prima berbasis digital, teknologi dan informasi yang handal, serta bekerja secara optimal guna memberikan keuntungan kepada pihak-pihak berkepentingan dengan memperhatikan prinsip keuangan dan praktik *Good Corporate Governance*.

### 3.1.4 Struktur Organisasi BRI Kantor Cabang Metro



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Metro

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro, 2021

### 3.1.5 Produk dan Layanan BRI

Dalam memenuhi kebutuhan nasabah, BRI mengeluarkan beberapa produk dan layanan. Produk yang ada di BRI terdiri dari produk simpanan yang ditujukan untuk mencari nasabah dana pihak ketiga dan produk pinjaman yang ditujukan untuk nasabah yang membutuhkan dana. Produk dari BRI terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

#### 1. Produk Simpanan

##### a. Simpedes

Produk ini merupakan produk simpanan yang penyetoran dan penarikannya tidak dibatasi baik jumlah maupun frekuensinya sepanjang praktiknya tidak menyalahi aturan yang berlaku. Produk ini berbentuk mata uang Rupiah yang pelayanannya dapat dilakukan di seluruh kantor kerja BRI, seperti KC/KCP/Unit/Kantor Teras/Kantor Kas.

##### b. Britama

Produk ini merupakan produk simpanan perorangan yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan didukung fasilitas *e-banking* dan *sistem real time online* yang akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun.

##### c. Britama X

Produk ini merupakan produk simpanan yang memiliki kartu debit khusus yang didesain elegan untuk anak muda dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan didukung fasilitas *e-banking* dan *sistem real time online* yang akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun.

d. Britama Bisnis

Produk ini merupakan produk simpanan yang dikhususkan untuk nasabah dalam bisnis dengan memberikan kebebasan lebih dalam bertransaksi dan kejelasan lebih dalam pencatatan transaksi serta memberikan keuntungan yang lebih sebagai penunjang dalam transaksi bisnis.

e. Simpedes TKI

Produk ini merupakan produk simpanan yang ditujukan untuk para TKI untuk mempermudah transaksi termasuk sebagai penyaluran/penampungan gaji.

f. Tabungan Haji

Produk ini merupakan produk simpanan perorangan yang ditujukan untuk nasabah dalam mempersiapkan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

g. Britama Rencana

Produk ini merupakan produk tabungan investasi dengan setoran tiap bulan yang dilengkapi fasilitas perlindungan asuransi jiwa.

h. Britama Valas

Produk ini merupakan produk simpanan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan simpanan dalam mata uang asing, seperti USD, AUD, AED, SGD, CNY, EUR, HKD, SAR, JPY, dan GBP.

i. Junio

Produk ini merupakan produk simpanan yang dikhususkan untuk anak usia 0-12 tahun.

j. Tabungan BRI Simple

Produk ini merupakan produk simpanan untuk pelajar yang diterbitkan oleh Bank BRI untuk mendorong menabung sejak dini.

k. Tabunganku

Produk ini merupakan produk simpanan untuk nasabah perorangan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia. Produk ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam menumbuhkan budaya menabung.

l. Giro BRI Rupiah

Produk ini merupakan produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, atau surat perintah lainnya selama saldo mencukupi. Simpanan ini berbentuk mata uang Rupiah.

m. Giro BRI Valas

Produk ini merupakan produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu selama saldo mencukupi, dengan menggunakan surat perintah penarikan yang telah ditentukan oleh BRI. Simpanan ini berbentuk mata uang asing.

n. Deposito Rupiah

Produk ini merupakan produk simpanan berjangka yang penarikannya dapat dilakukan hanya pada jangka waktu tertentu. Simpanan ini berbentuk mata uang Rupiah.

o. Deposito Valas

Produk ini merupakan produk simpanan berjangka yang penarikannya dapat dilakukan hanya pada jangka waktu tertentu. Simpanan ini berbentuk mata uang asing.

p. Deposito Internet Banking

Produk ini merupakan produk yang suku bungannya kompetitif dan dapat melakukan perpanjangan deposito secara otomatis serta pecairan deposito. Dengan syarat sudah memiliki user internet banking.

2. Produk Pinjaman

a. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Produk ini merupakan solusi untuk para nasabah yang ingin memiliki hunian yang diinginkan, seperti rumah tinggal, apartemen, condotel, ruko, atau rukan. Produk pinjaman ini berlaku untuk pembelian baru, bekas, ataupun renovasi bangunan.

b. KPR Sejahtera FLPP BRI

Produk ini merupakan solusi untuk para nasabah yang ingin memiliki rumah, dengan penghasilan tetap yang rendah yaitu maksimal Rp8.000.000,- perbulan dan belum pernah memiliki hunian sebelumnya ataupun menerima subsidi perumahan.

c. KKB BRI Mobil baru dan Bekas

Produk ini merupakan solusi untuk para nasabah dalam memiliki kendaraan bermotor yang diinginkan.

d. KKB BRI *Refinancing*

Produk ini merupakan solusi untuk para nasabah dalam mendapatkan dana cepat untuk memiliki kendaraan bermotor yang sangat mengagumkan.

e. KKB BRI Motor Premium

Produk ini merupakan solusi untuk para nasabah dalam memiliki motor mewah yang diinginkan.

f. Briguna Karya

Produk ini merupakan fasilitas Kredit Tanpa Agunan (KTA) yang diberikan kepada para calon debitur/debitur dengan sumber pembayarannya dari penghasilan tetap (gaji). Produk ini dapat digunakan dalam melakukan pembayaran keperluan, mulai dari keperluan produktif maupun non-produktif, misalnya perbaikan rumah, keperluan pendidikan, hingga pembelian barang bergerak/tidak bergerak.

g. Briguna Purna

Produk ini merupakan kredit yang diberikan kepada para calon debitur/debitur dengan sumber pembayarannya dari penghasilan tetap (uang pensiun). Produk ini dapat digunakan dalam melakukan pembiayaan produktif maupun non-produktif, misalnya perbaikan rumah, keperluan rumah, hingga pembelian barang bergerak/tidak bergerak.

h. Briguna Umum

Produk ini merupakan kredit yang diberikan kepada calon debitur/debitur dengan sumber pembayarannya dari penghasilan tetap (gaji) dengan jangka waktu tertentu yaitu sejak awal pegawai aktif sampai dengan masa pensiun.



Produk ini dapat digunakan dalam melakukan pembiayaan produktif maupun non-produktif, misalnya perbaikan rumah, keperluan rumah, hingga pembelian barang bergerak/tidak bergerak.

i. **Briguna Pendidikan**

Produk ini merupakan kredit khusus yang diberikan kepada mahasiswa S2 dan S3 yang sudah memiliki penghasilan sendiri atau penghasilan tetap.

3. **Layanan Perbankan**

a. **Pembayaran *Bill Payment***

Layanan ini merupakan layanan yang memanfaatkan fasilitas ATM atau layanan di Teller untuk melakukan pembayaran publik seperti Telkomsel, PLN, dan Telepon.

b. **Jasa Penerimaan Setoran**

Layanan ini merupakan layanan pembayaran tagihan seperti Tagihan Listrik, Rekening Telepon, Gaji Pegawai, Pensiun Pegawai (TASPEN), Pajak Bumi Bangunan, dan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

c. **Transaksi Online**

Transaksi ini merupakan layanan antar rekening online dan dapat dilakukan di semua kantor kerja BRI yang sudah online. Berikut jenis produk yang dapat bertransaksi secara online:

1. Britama yang transaksinya dapat melakukan penyetoran dan penarikan.
2. GiroBRI yang transaksinya hanya dapat melakukan penyetoran.

d. *Brifast Remittance*

Jasa layanan ini diselenggarakan BRI yang berfungsi sebagai layanan pengiriman uang valas antar bank guna melayani kebutuhan pengiriman, baik bisnis maupun keluarga. Berikut jenis-jenisnya:

1. *Incoming remittance* merupakan layanan pengiriman uang dari luar negeri yang dapat dikreditkan ke rekening penerima atau ditarik di seluruh unit kerja BRI melalui *BRIfast web service* dan *telegraphic* transfer.
2. *Outgoing Remittance* merupakan transfer dana valas, baik bisnis maupun keluarga yang ada di luar negeri melalui *counterpart* kerjasama BRI dan lebih dari 1.200 bank *koresponden* di seluruh dunia.

e. Transfer dan LLG

Jasa layanan perbankan yang berfungsi sebagai layanan pengiriman uang ke bank lain melalui sistem kliring melalui BRI dalam bentuk mata uang rupiah dan valas. Layanan Lalu Lintas Giro (LLG) merupakan layanan pengiriman uang melalui sistem kliring.

### 3.2 Data Khusus

#### 3.2.1 Produk Tabungan Britama di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.

Britama yaitu salah satu produk tabungan yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu selama saldo mencukupi. Tabungan Britama merupakan produk yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan didukung fasilitas *e-banking* dan *sistem real time online* yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun (PT.

Bank Rakyat Indonesia, 2021). Produk Tabungan Britama ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro karena mempunyai berbagai keunggulan dan kemudahan yang dapat dinikmati oleh nasabahnya dalam bertransaksi. Tabungan Britama mempunyai berbagai keunggulan, antara lain:

- a. Fasilitas yang diberikan salah satunya adalah *Internet Banking* (Brimo) yang dapat digunakan untuk transfer dan tarik tunai tanpa kartu di ATM BRI.
- b. Mendapatkan Asuransi Kecelakaan Diri sampai Rp150.000.000,-
- c. Aksesibilitas kartu ATM/Debit BRI di semua jaringan BRI, Link, ATM Bersama, Prima, Maestro, Cirrus, dan MasterCard baik di dalam maupun di luar negeri.
- d. Suku bunga yang kompetitif

Tabel 1. 2 Bunga Kompetitif

Keterangan	Nominal
Setoran Awal	Rp250.000,-
Saldo Minimum	Rp50.000,-
Limit Transfer Antar Cabang (TAC)	Rp700.000.000,-

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2021

Tabel 1. 3 Biaya Administrasi

Keterangan	Nominal
Biaya Administrasi Bulanan	Rp12.000,-
Biaya Penutupan Rekening di Unit Kerja	Rp50.000,-
Biaya pemeliharaan Kartu ATM ( <i>Black</i> )	Rp6.500,-
Biaya pemeliharaan Kartu ATM ( <i>Silver</i> )	Rp3.000,-

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2021

- e. *Digital Signature* yang pembukaan rekening sudah dilengkapi Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh *Certification Authorities* (CA) yang sudah bekerjasama dengan BRI.
- f. Persyaratan yang mudah

Tabel 1. 4 Persyaratan Kelengkapan Data

Keterangan	Perorangan	
	WNI	WNA
KTP/SIM/Paspor	✓	✓
NPWP	✓	
Paspor, KIMS/KITAP/KITAS		✓

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2021

Untuk pembukaan rekening saat ini sangatlah simpel hanya dengan menggunakan *handphone* bisa membuka rekening tanpa harus antri di bank yaitu *Digital saving*. *Digital saving* merupakan solusi bagi para nasabah untuk membuka rekening secara online di tengah pandemi Covid-19, dengan tetap mengutamakan

keamanan, kecepatan, dan kemudahan. Untuk membuka rekening secara online yaitu:

- a. Nasabah cukup membuka web [bukarekening.bri.co.id](http://bukarekening.bri.co.id).
- b. Pilih rekening yang diinginkan dan ada informasi mengenai produk tersebut.
- c. Pilih kantor BRI untuk membuka rekening.
- d. Siapkan persyaratan yang dibutuhkan hanya KTP dan NPWP serta dokumen tambahan seperti SIM atau KK.
- e. Lalu, isi data diri sesuai perintah. Proses ini hanya dapat dilakukan oleh nasabah yang NIK yang sudah terdaftar dan *E-Know Your Customer* (E-KYC) serta sudah dilengkapi dengan teknologi *face recognition*, jadi cukup selfi dan pengambilan video. Data diri akan terkoneksi langsung dengan sistem Peruri untuk memverifikasinya.
- f. Setelah itu, rekening sudah terbentuk dan akan mendapatkan pesan untuk melakukan setoran awal dengan nomor *virtul account* (Briva).

Untuk meningkatkan *aksesibilitas* Tabungan Britama, Bank BRI selalu melakukan *improvement* secara terus-menerus melalui fitur dan pengembangan fasilitas produk, sehingga tabungan britama menjadi salah satu produk unggulan Bank BRI dengan mempunyai *competitive advantage* sehingga mampu bersaing dengan produk bank lain.

Selain itu Tabungan Britama juga memberikan berbagai fasilitas, salah satunya fasilitas *internet banking* (Brimo). Fasilitas ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, seperti tarik tunai, transfer tanpa

kartu ATM BRI, cek saldo, hingga bayar tagihan. Selain *internet banking* (Brimo) difasilitasi juga dengan SMS dan email notifikasi, dimana jika ada pesan akan muncul notifikasi.

Tabungan Britama juga memberikan keuntungan berupa suku bunga bagi nasabah pengguna Tabungan Britama, besar suku bunga tersebut sesuai dengan jumlah saldo yang ada di rekening nasabah. Tingkat suku bunga yang diberikan produk Tabungan Britama mencapai 0,5% pertahunnya. Berikut suku bunga Tabungan Britama pada Bulan Mei 2021:

Tabel 1. 5 Suku Bunga Tabungan Britama

Jumlah Tabungan	Suku Bunga
0 s/d < Rp 1.000.000,-	0,00%
> Rp 1.000.000,- s/d < Rp 50.000.000,-	0,20%
> Rp 50.000.000,- s/d < Rp 500.000.000,-	0,20%
> Rp 500.000.000,- s/d < Rp 1.000.000.000,-	0,95%
> Rp 1.000.000.000,-	1,45%

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2021

### **3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.**

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi lembaga keuangan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank yang dimana jumlah nasabahnya semakin meningkat setiap tahunnya. Nasabahnya berasal dari kalangan atas, bawah, dan menengah.

Strategi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro untuk meraih kesuksesannya yaitu menggunakan strategi pemasaran yang fungsinya memperkenalkan produk kepada masyarakat dan perlu mengkomunikasikan produknya secara langsung maupun tidak langsung, sehingga apa yang direncanakan tercapai.

Strategi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dalam memasarkan produknya menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) atau lebih dikenal dengan sebutan 4P, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk Tabungan Britama merupakan produk unggulan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro karena memiliki keunggulan dan fasilitas yang paling lengkap dibandingkan dengan produk lainnya. Salah satu keunggulan yang tidak dimiliki produk lainnya adalah Asuransi Kecelakaan Diri hingga Rp150.000.000,- dengan biaya gratis. Selain itu, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro juga mengadakan program undian, contohnya Britama Festival yang saat ini sedang tren. Jadi pemilik rekening Britama akan diikutkan dalam program ini dan memiliki kesempatan menang undian. Selain Produk Tabungan Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro juga mempunyai produk simpanan lain dan memiliki keunggulan tersendiri.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan hal penting dalam kegiatan pemasaran, agar dapat bersaing dengan bank lain. Produk Tabungan Britama menentukan harga yang sangat ringan

yaitu untuk setoran awal pembukaan rekening Rp250.000,- (Dua ratus lima puluh ribu rupiah). Tingkat suku bunga dari tabungan britama mencapai 0,5% pertahunnya sesuai dengan jumlah saldo yang ada di rekening nasabah dan untuk tarif biaya administrasi perbulan akan dikenakan dengan biaya yang sangat ringan yaitu sebesar Rp12.000,- ditambah dengan biaya pemeliharaan kartu ATM, yang *silver* sebesar Rp3.000,- sedangkan yang *black* Rp6.500,- Rupiah.

### 3. Tempat (*Place*)

Penentuan tempat sangat penting dalam memasarkan produk, karena bank yang berlokasi strategis akan memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Lokasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro berada di pusat kota Metro dimana jalan tersebut merupakan jalan utama kota Metro, yang dekat dengan *Mall*, Taman Metro dan pemukiman penduduk. Beberapa lokasi kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, seperti kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin ATM berada di wilayah strategis sehingga dapat memudahkan nasabah untuk menjumpai Bank BRI.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro juga memasarkan produknya secara digital, mengingat pandemi Covid-19 ini yang belum mereda, melalui via *zoom* dengan komunitas dengan menjelaskan produk Tabungan Britama serta keunggulan, fasilitas yang didapatkan, dan manfaatnya. Dalam hal ini Bank BRI memanfaatkan kemajuan dalam bidang teknologi untuk mempermudah nasabah dalam mendapatkan informasi tentang Tabungan Britama. Selain itu juga dengan menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *tiktok* sehingga nasabah dapat mengetahui produk Tabungan Britama serta memasang



papan *billboard* ditempat yang strategis, seperti di taman Metro guna memviralkan produk Tabungan Britama. Dalam hal ini merupakan hal yang efektif, karena ketika nasabah akan mendatangi bank, secara tidak langsung akan melihat papan *billboard* yang terpasang.

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi sangat penting dan harus dilakukan setiap bank dalam memasarkan produknya supaya nasabah berminat untuk membuka tabungan. Dalam hal ini promosi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dengan:

##### a. *Door to door*

BRI melakukan promosi secara langsung yang dilakukan oleh *marketing* dengan cara mendatangi universitas, sekolah maupun instansi lainnya. Sebelum para *marketing* mendatangi universitas atau instansi, *marketing* harus membuat daftar terlebih dahulu universitas atau instansi yang akan mereka datangi untuk melakukan promosi. Salah satu universitas yang telah didatangi oleh Bank BRI cabang Metro adalah IAIN Metro dalam program pembayaran spp. Jadi, pertama kali yang ditawarkan produk Tabungan Britama adalah bagian administrasi, yang tujuannya agar mahasiswa/i IAIN Metro dapat membayar tagihan kuliahnya melalui Tabungan Britama.

##### b. Kerjasama perusahaan

Bri melakukan promosi secara langsung melalui kerjasama perusahaan, jadi ketika ada suatu *event* yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan, BRI menjadi sponsor dari perusahaan tersebut dengan cara membuka stand pada

*event* tersebut untuk melakukan promosi. Contohnya Bank BRI cabang Metro pernah diundang di acara Ulang Tahun Kota Metro. Dalam hal ini *marketing* memanfaatkan untuk memasarkan produk-produk Bank BRI.

c. Media cetak dan media sosial

BRI melakukan promosi dengan menggunakan media cetak, seperti brosur yang dibagikan kepada masyarakat. Akan tetapi, untuk saat ini dengan kondisi pandemi Covid-19 yang belum mereda BRI menggunakan promosi melalui media sosial seperti *instagram* dan *tiktok*, sehingga nasabah bisa mengetahui manfaat dan keuntungan dari produk-produk BRI.

d. Program Undian

BRI biasanya mengadakan event di beberapa tempat seperti sekolah, universitas, pameran, dan sebagainya, akan tetapi saat ini event tersebut ditiadakan karena kondisi pandemi Covid-19 yang belum mereda, jadi BRI mengadakan program undian yaitu Britama Festival dimana persyaratannya nasabah harus membuka rekening *britama*, lalu tingkatkan saldonya, ikuti Britama Festival dan dapatkan hadiah menariknya. BRI memberikan hadiah menarik, seperti *handphone*, laptop, motor, hingga mobil yang telah disiapkan oleh BRI untuk para nasabahnya yang menyimpan dana dalam jumlah besar di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.

Dari promosi-promosi di atas yang berhasil adalah promosi dengan mengadakan program undian, hal ini dikarenakan selain aman dalam menyimpan uang di bank dalam jumlah besar, nasabah juga bisa memenangkan hadiah yang di

selenggarakan oleh BRI melalui program undian Britama Festival. Jadi walaupun saat pandemi Covid-19 seperti ini PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro masih bisa melakukan promosi melalui Britama Festival untuk menarik minat nasabah dalam membuka rekening Tabungan Britama.

Dalam memasarkan produk Tabungan Britama terdapat beberapa faktor kendala yang menjadi hambatan produk untuk dapat diterima oleh nasabah. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Kurangnya kepercayaan nasabah kepada pihak bank

Pada umumnya nasabah di wilayah kota Metro, Lampung lebih sering menyimpan uangnya dalam bentuk tanah atau emas, apalagi saat pandemi Covid-19 ini memberikan dampak buruk bagi perekonomian Indonesia, jadi banyak yang memanfaatkan pandemi ini untuk investasi seperti membeli emas atau tanah dengan harga yang wajar, lalu akan dijual kembali di masa yang akan datang guna memperoleh keuntungan, sehingga jarang sekali nasabah yang menyimpan uangnya di bank.

2. Biaya administrasi

Tabungan Britama cenderung lebih mempunyai biaya administrasi yang tinggi dibandingkan dengan tabungan lainnya, yaitu untuk kartu silver sebesar Rp12.000,- perbulannya ditambah dengan biaya pemeliharaan kartu ATM, yang *silver* sebesar Rp3.000,- sedangkan yang *black* Rp6.500,-. Jadi total yang kartu *silver* adalah Rp15.000,- sedangkan yang *black* adalah Rp18.500,-. Apalagi saat pandemi Covid-19 ini memberikan dampak buruk bagi perekonomian Indonesia. Hal ini akan

menjadi faktor bagi calon nasabah, karena setiap calon nasabah akan selalu mempertimbangkan biaya yang akan ditanggung.

Dalam memenuhi kebutuhan nasabah terhadap suatu produk, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro mempunyai beberapa produk dengan keunggulan tersendiri. Apalagi saat pandemi Covid-19 ini pemerintah memberlakukan peraturan baru untuk bekerja dari rumah, sehingga kurang efektif dalam memberikan penjelasan tentang Tabungan Britama. Hal ini mempengaruhi dalam mengenalkan produk Tabungan Britama yang pemasarannya nasabah hanya mengetahui sedikit informasi, sehingga nasabah belum paham atau mengerti dengan produk Tabungan Britama dan akhirnya akan memilih produk lainnya.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada uraian di atas, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Produk Tabungan Britama merupakan salah satu produk unggulan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro yang memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi dan didukung berbagai fasilitas, salah satunya adalah *Internet Banking* (Brimo). Brimo merupakan suatu aplikasi resmi dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang berguna untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi, seperti transfer, tarik tunai, hingga bayar tagihan tanpa kartu ATM.
- b. Strategi pemasarannya dengan menggunakan Bauran Pemasaran (*marketing mix*) atau yang biasa disebut 4P antara lain:
  1. Produk Tabungan Britama merupakan produk unggulan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro.
  2. Harga setoran awal pembukaan rekening Tabungan Britama sebesar Rp250.000.000,- (Dua ratus lima puluh ribu rupiah) dan biaya administrasi perbulannya Rp12.000,- ditambah dengan pemeliharaan kartu ATM, yang *silver* sebesar Rp3.000,- sedangkan yang *black* sebesar Rp6.500,- Rupiah.

3. Tempat mempromosikan yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro di tengah pandemi ini dengan menggunakan via *zoom* dan media sosial.
4. Promosi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dengan menggunakan kerjasama perusahaan, *door to door*, media cetak dan sosial serta melakukan program undian.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan kendala yang terjadi dalam memasarkan Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro, penulis memberikan saran atau masukan dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan kinerja strategi pemasaran di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

- a. Untuk membuat nasabah percaya dengan pihak bank, alangkah baiknya pihak bank mengoptimalkan promosinya yang lebih menarik melalui media iklan kepada calon nasabah akan pentingnya menabung sejak dini untuk di masa yang akan datang, serta meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro dalam melayani nasabah dengan cepat, teliti dan ramah, sehingga nasabah merasa senang dengan pelayanan yang diberikan serta senang untuk memberikan informasi kepada saudara, teman atau orang terdekat untuk menjadi calon nasabah. Membuat suasana yang nyaman kepada nasabah merupakan salah satu komitmen Bank BRI untuk terus melayani nasabah dengan setulus hati, dilihat dari segi pelayanan yang teliti, cepat dan ramah nasabah akan merasa yakin

bahwa menyimpan uang di bank merupakan tempat yang paling aman, sehingga nasabah akan percaya dalam menyimpan uangnya di bank.

- b. Dalam memperkenalkan Produk Tabungan Britama kepada calon nasabah di tengah pandemi Covid-19 ini, alangkah baiknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro mengoptimalkan kegiatan sosialisasi informasi produk ini menggunakan media iklan maupun media sosial kepada calon nasabah terkait penjelasan produk ini. Mengingat situasi pandemi saat ini yang belum mereda, mengharuskan pihak bank maupun calon nasabah untuk mengurangi interaksi sosial, sehingga dengan memberikan sosialisasi melalui media iklan maupun media sosial diharapkan lebih banyak menjangkau calon nasabah tanpa berinteraksi secara langsung.
- c. Dalam mengatasi biaya administrasi yang relatif tinggi pada produk tabungan Britama, alangkah baiknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Metro mengoptimalkan kegiatan sosialisasi kepada nasabah melalui brosur ataupun iklan bahwa biaya administrasi yang tinggi digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan fasilitas produk tabungan Britama, seperti kartu ATM dimana untuk tabungan Britama dilengkapi logo *Mastercard* yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di dalam maupun luar negeri, *E-Banking*, *Phone Banking*, dan *SMS Banking*. Selain itu juga, akan mendapatkan Asuransi Kecelakaan Diri hingga Rp 150.000.000,- secara gratis. Semua itu demi kenyamanan di masa yang akan datang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, T. 2019. *Kajian Kinerja Profitabilitas Bank pada Perspektif Bank Umum Berdasarkan Kegiatan Usaha (BUKU)*. Cetakan ke-1. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Assari, S. 2013. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Diniaty, D. dan Agusrinal. 2014. "Perancangan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan". *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industry*. Vol. 11, No. 2, p.175-184.
- Fatihudin, D. dan Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan ke-1. Sleman: CV Budi Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Edisi ke-1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- PT. Bank Rakyat Indonesia. (2021, April 11). Diperoleh dari <https://bri.co.id/>
- Republik Indonesia. 1967. *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 Pasal 1 tentang Pokok-Pokok Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara. Diperoleh pada 3 April 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1967/14TAHUN~1967UU.HTM>.
- Republik Indonesia. 1992. *Undang Undang Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 4 tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara. Diperoleh pada 3 April 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/7tahun~1992uu.htm>.
- Republik Indonesia. 1992. *Undang Undang Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 5 tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara. Diperoleh pada 3 April 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/7tahun~1992uu.htm>.
- Republik Indonesia. 1992. *Undang Undang Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 3 tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara. Diperoleh pada 3 April 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/7tahun~1992uu.htm>.



Republik Indonesia. 1998. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara. Diperoleh pada 3 Desember 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1998/10Tahun~1998UU.htm>.

Sudarsono, H. 2020. *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.

Yam, J. H. 2020. *Manajemen Strategi: Konsep dan Implementasi*. Cetakan ke-1. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Keterangan Magang



**PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk**  
KANTOR CABANG

Jalan Jenderal Sudirman No. 73 METRO  
Telepon : 0725-42636, 42634, 41630, 42037, 47915, 45100, 43621  
Facsimile 0725-42636

Nomor : B032 -KC-XIX/LYI/02/2021 Metro, 26 Februari 2021  
Lamp : -  
Perihal : Persetujuan Permohonan, Kepada Yth,  
Izin Magang Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia  
di -  
Bandar Lampung

Surat Permohonan Izin Magang Nomor 005.052/Ket/20/Akd/II/2021 tanggal 19 Februari 2021


Menindaklanjuti surat tersebut di atas perihal permohonan izin magang. Pada prinsipnya kami memberikan izin untuk melakukan pemagangan, berikut nama mahasiswa yang akan melaksanakan magang di wilayah Kanca BRI Metro dengan lokasi yang telah kami tetapkan :


NO	NAMA	NIM	TEMPAT
1.	Melisa Wulandari Marpaung	18213004	BRI KC Metro
2.	Calvin Anggoro	18213012	BRI KC Metro
3	Fandi Nur Muhammad Batubara	18213016	BRI KC Metro

Nama tersebut di atas dapat melaksanakan magang kerja terhitung mulai 01 Maret sampai dengan 31 Maret 2021, dengan catatan bahwa selama pelaksanaan magang mahasiswa/i tersebut harus taat dan patuh pada peraturan yang ada di BRI KC Metro. Dan tidak boleh memberikan informasi tentang rahasia Bank kepada pihak manapun, apabila dilanggar mendapat sanksi.

Demikian atas perhatian dan kerja sama saudara diucapkan terima kasih.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.  
Kantor Cabang

  
Nur Saella Zuliana Shiyam  
Pgs. Pemimpin Cabang

  
Muharifah  
Supervisor

Tindakan :  
1. Arsip.

Lampiran 2: Brosur Tabungan Britama

**BUMI** UNTUK INDONESIA

**BANK BRI**

# BRITAMA FESTIVAL

Buka tabungan, tingkatkan saldonya & dapatkan hadiah impian!

Scan QR untuk Buka rekening sekarang

Tabungan BRI  
**Britama**

Periode Program: s.d. 31 Januari 2021

\*Syarat dan ketentuan berlaku  
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan  
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan peserta program LPS  
CONTACT BRI 14017 / 1500017 | www.bri.co.id | BANK BRI | @britama\_bri

Scanned by TapScanner