

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
PADA BANK BRI KANTOR CABANG MAGELANG**



Disusun Oleh:

Syifa Amanda Dalimunthe
14213116

**Program Studi Keuangan dan Perbankan
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2016**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
PADA BANK BRI KANTOR CABANG MAGELANG**

Laporan Magang

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Indonesia**

Disusun Oleh:

**Syifa Amanda Dalimunthe
14213116**

**Program Studi Keuangan dan perbankan
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2016**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
PADA BANK BRI KANTOR CABANG MAGELANG



Disusun Oleh:

Nama : Syifa Amanda Dalimunthe
No. Mahasiswa : 14213116
Program Studi : Keuangan dan Perbankan



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal: 29 November 2016
Dosen Pembimbing

(Dra. Suhartini, MSi)

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 menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 20 Desember 2016

Penulis



Syifa Amanda Dalimunthe

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan BritAma pada Bank BRI Kantor Cabang Magelang”.

Magang dilaksanakan di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Magelang yang beralamat di Jalan Ikhlas Nomor 1, Magelang. Magang dilaksanakan mulai tanggal 2 Juni 2016 selama kurang lebih 1 bulan dan dijadwalkan 5 hari (Senin – Jumat) dalam seminggu. Dalam pelaksanaan magang, penulis mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh bank BRI kantor cabang Magelang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis. Selama penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. Ir Harsoyo, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Drs. Nurfauziah, M.M selaku Ketua Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Dra Suhartini, Msi selaku dosen pembimbing penulisan laporan magang.
4. Seluruh staf akademik beserta jajarannya dan dosen pengajar Diploma III Fakultas Ekonomi.

5. Bapak Sudjarwoko selaku pimpinan cabang bank BRI kantor cabang Magelang.
6. Bapak Muhammad Ismail selaku *supervisor* yang telah membantu saya menyelesaikan magang dalam satu bulan.
7. Kedua orang tua yang tidak henti – hentinya memberikan semangat serta doa untuk kelancaran studi penulis.
8. Teman – teman dan sahabat yang selalu menemani disaat susah maupun senang sekaligus saling mendukung dan membantu dalam penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini ini.

Penulis berharap laporan magang ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pihak – pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.

Yogyakarta, 20 Desember 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	iiix
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran.....	1
1.2 Tujuan	2
1.3 Target	2
1.4 Bidang Magang	3
1.5 Lokasi Magang.....	3
1.6 Jadwal Magang.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	5
BAB II: LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Bank Rakyat Indonesia	7
2.1.1 Pengertian.....	7
2.1.2 Sistem Operasional.....	7
2.2 Tabungan Bank Rakyat Indonesia	8
2.3 Pemasaran	10
2.3.1 Pengertian Pemasaran	10
2.3.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.4 Promosi	12
2.4.1 Prosedur Promosi	12
2.4.2 Tujuan Promosi	12
2.4.3. Alat Promosi Penjualan	14
2.5 Produk Bank	15

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF.....	21
3.1 Gambaran Perusahaan.....	21
3.1.1 Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	23
3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	24
3.1.3 Nilai – Nilai Budaya Kerja	24
3.1.4 Struktur Organisasi	25
3.1.5 Job Description	25
3.2 Pembahasan.....	31
3.2.1 Produk Tabungan Britama.....	31
3.2.2 Strategi Promosi Produk Tabungan BritAma	35
3.2.3 Analisis SWOT Produk Britama	35
3.2.4 Mekanisme Pengelolaan Tabungan Britama	36
3.2.5 Perhitungan Bunga Tabungan Britama	41
3.2.6 Strategi Pemasaran Bank BRI Kantor Cabang Magelang.....	43
 BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN	 45
4.1 Kesimpulan	45
4.2 Saran.....	46
 Daftar Pustaka	 47
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang	4
Tabel 3.1 Suku Bunga Tabungan BritAma	41
Tabel 3.2 Transaksi Rekening Tabungan.....	42
Tabel 3.3 Laporan Rekening Tabungan Britama Nasabah pertanggal 31 Oktober 2013	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Magelang.....	3
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Bank BRI Kantor Cabang Magelang.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Formulir Aplikasi Rekening

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran

Bank merupakan salah satu lembaga atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Strategi pemasaran bagi suatu bank merupakan bagian yang digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif karena strategi pemasaran adalah faktor yang mempengaruhi pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Keputusan konsumen akan tercapai apabila penggunaan strategi pemasaran untuk produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan para konsumen itu sendiri.

Bagi bank penggunaan strategi pemasaran dapat mengkomunikasikan produk bank kepada nasabah secara langsung maupun tidak langsung. Seperti keunggulan – keunggulan dari produk, dapat diketahui nasabah dan bisa membuat nasabah tertarik untuk mengambil keputusan dalam memilih produk tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam menawarkan pemasaran yang menarik untuk masyarakat (Rangkuti, 2010:4).

Bentuk pemasaran yang ditawarkan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berupa pemberian hadiah – hadiah yang menarik yaitu seperti program undian Untung Beliung BritAma. Pemasaran yang baik dan menarik inilah yang dapat menciptakan komunikasi antara pegawai jasa layanan konsumen (*customer service*) dengan para nasabah. Kemudian dengan adanya komunikasi tersebut diharapkan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dapat memperoleh nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui tentang produk tabungan Britama dan strategi pemasaran produk tabungan Britama pada bank BRI kantor cabang Magelang dengan judul laporan “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada Bank Bri Kantor Cabang Magelang”.

1.2 Tujuan

1. Untuk mengetahui tentang produk tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran tabungan Britama yang diterapkan oleh Bank BRI Kantor Cabang Magelang.

1.3 Target

1. Dapat mengetahui tentang produk tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
2. Dapat mengetahui bagaimana strategi pemasaran tabungan Britama yang diterapkan oleh Bank BRI Kantor Cabang Magelang.

1.4 Bidang Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada bidang pemasaran khususnya bagian *sales marketing*. Devisi ini merupakan devisi bagian yang menangani penjualan dan pemasaran secara langsung dalam suatu perusahaan. Pada bidang ini, diperlukan seorang *sales marketing* yang mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah ataupun calon nasabah, memiliki keahlian dalam menganalisa calon nasabah dari segi kebutuhan nasabah, memiliki *interpersonal skill* yang baik, serta mampu untuk menjalin atau memperluas jaringan atau *networking*, berorientasi pada target yang ditetapkan.

1.5 Lokasi Magang

Lokasi magang bertempat di PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Magelang, Jalan Ikhlas, Nomor 1, Magelang. Telp : (0293) 365161.

Fax : (0293) 365269



Sumber: <https://www.google.co.id>

Gambar 1.1 Peta PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Magelang

1.6 Jadwal Pelaksanaan

Magang dilaksanakan selama 1 (satu) bulan, mulai tanggal 2 Juni 2016 sampai 2 Juli 2016.

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

No	Kegiatan	Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan <i>Term Of Reference</i>												
2	Pelaksanaan kegiatan magang												
3	Perkenalan tentang PT. Bank BRI												
4	Pengumpulan teori – teori penulisan laporan magang												
5	Pengumpulan data												
6	Bimbingan laporan magang												
7	Perhitungan data yang didapat												
8	Menganalisis hasil data yang didapat												
9	Penyusunan laporan magang												
10	Ujian TA												
11.	Ujian Kompetensi												

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2016

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Laporan magang ini disusun dalam empat bab, dengan pokok pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan dasar pemikiran, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang di dalamnya mengemukakan pengertian bank BRI, sistem operasional, bank BRI, produk tabungan bank BRI, pengertian pemasaran, strategi pemasaran, pengertian promosi, tujuan promosi, alat promosi penjualan, produk bank,

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum perusahaan pada saat magang di Bank BRI kantor cabang Magelang. Serta data khusus yang didapat pada saat magang sesuai dengan judul laporan magang ini, yaitu “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada Bank Bri Kantor Cabang Magelang”.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dari penyusunan laporan magang yang akan menjabarkan kesimpulan hasil analisis dari bab sebelumnya di Bank BRI kantor cabang Magelang serta saran yang dibuat untuk perkembangan dan kemajuan Bank BRI kantor cabang Magelang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Bank Rakyat Indonesia

2.1.1. Pengertian

PT. Bank Rakyat Indonesia merupakan bank yang memiliki visi untuk menjadikan bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Sampai dengan 31 desember 2008 jumlah nasabah BRI kurang lebih mencapai 30 juta rekening dan memiliki lebih dari 5400 unit kerja yang terdiri dari kantor wilayah, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, maupun BRI unit (Karim, 2015).

2.1.2. Sistem Operasional

Sistem operasional Bank Rakyat Indonesia menggunakan sistem konvensional. Bank konvensional adalah bank yang dalam operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu, menjadi kebiasaan dan telah dipakai secara meluas dibandingkan dengan metode bagi hasil. Bank konvensional beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan deposito, simpanan giro, menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif, kredit jangka pendek, dan pelayanan jasa keuangan antara lain kliring, inkaso, kiriman uang, *Letter of Credit*, dan jasa-jasa lainnya seperti jual beli surat berharga, *bank draft*, wali amanat, penjamin emisi, dan perdagangan efek. Bank konvensional dapat memperoleh dana

dari pihak luar, misalnya dari nasabah berupa rekening giro, *deposit on call*, sertifikat deposito, dana transfer, saham, dan obligasi. Sumber ini merupakan pendapatan bank yang paling besar. Pendapatan bank tersebut, kemudian dialokasikan untuk cadangan primer, cadangan sekunder, penyaluran kredit, dan investasi.

2.2. Tabungan Bank Rakyat Indonesia

Fasilitas Tabungan BRI terdiri dari beberapa produk, antara lain:

1. Tabungan BritAma, produk tabungan ini didukung dengan fasilitas *ebanking* dan sistem *real time online*. Dengan fasilitas tersebut, nasabah dapat melakukan transaksi tanpa mengenal ruang dan waktu. Artinya dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun
2. Simpedes, produk tabungan dengan mata uang rupiah. Pelayanan simpedes dapat dilakukan di berbagai kantor BRI, baik Kantor Cabang Khusus BRI, Kantor Cabang BRI, Kantor Cabang Pembantu BRI, BRI Unit, maupun Teras BRI. Jumlah setoran dan pengambilan juga tidak dibatasi. Program ini tentu sangat membantu masyarakat pedesaan yang memiliki keterbatasan dalam mengakses bank.
3. Simpedes TKI, produk ini diselenggarakan khusus untuk TKI yang bekerja di luar negeri, sehingga TKI dapat melakukan transaksi keuangan dengan mudah, termasuk untuk menampung dan menyalurkan gaji mereka.
4. Tabungan Haji, produk ini ditujukan bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji di tanah suci.

5. Tabungan BritAma Dollar, fasilitas produk ini hampir sama dengan Tabungan BritAma, hanya saja mata uang yang digunakan adalah US Dollar. Bank BRI menyelenggarakan produk ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam mata uang asing.
6. BritAma Bisnis, fasilitas produk ini sangat luas, dengan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, termasuk dalam pencatatan atau pelaporannya, sehingga sangat tepat digunakan untuk mendukung aktivitas bisnis nasabah.
7. BritAma Rencana, tabungan ini merupakan investasi dengan setoran tetap setiap bulannya serta fasilitas asuransi jiwa bagi nasabah. Boleh dibilang tabungan ini merupakan produk yang cocok untuk karyawan yang ingin menabung untuk hari tuanya.
8. BritAma Valas, produk yang dikeluarkan oleh Bank BRI untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang akan menyimpan dananya dalam mata uang asing. Tersedia lima jenis mata uang dengan nilai tukar kompetitif, yaitu USD, AUD, SGD, CNY, dan EUR.
9. BritAma Junio, yaitu produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank BRI dengan sasaran penabung anak-anak. Produk ini juga dilengkapi dengan fitur-fitur menarik bagi anak-anak.
10. Tabunganku, yaitu produk tabungan perorangan dengan berbagai kemudahan persyaratannya. Produk ini juga dikeluarkan oleh bankbank lain di Indonesia untuk menumbuhkan dan meningkatkan budaya menabung bagi masyarakat

2.3. Pemasaran

2.3.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang, jasa serta gagasan yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. (Wahjono, 2010:2). *Marketing* atau pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dan diarahkan pada usaha pemuasan keinginan dan kebutuhan melalui suatu proses pertukaran. Kegiatan pemasaran akan timbul apabila manusia memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya dengan cara tertentu yang disebut pertukaran. Pertukaran ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan suatu kebutuhan. Berikut adalah syarat – syarat pertukaran, yaitu (Assauri, 2011:10):

- a. Terdapat dua pihak
- b. Ada barang yang ditawarkan/diinginkan
- c. Komunikasi
- d. Masing – masing pihak bebas menerima atau menolak tawaran

Pemasaran merupakan suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Dalam artian lain, pemasaran merupakan semua kegiatan yang bertalian atau berkaitan dengan arus penyerahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Abdullah, 2013:7). Dalam arti luas pemasaran juga meliputi hal – hal yang sifatnya abstrak seperti asuransi, surat – surat saham dan surat – surat obligasi.

2.3.2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran total sebuah perusahaan terdiri dari kombinasi aktivitas pemasaran iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan alat – alat pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Jenis – jenis strategi pemasaran adalah sebagai berikut (Suharno, 2010:252):

1. Iklan. Setiap bentuk presentasi dan promosi non-personal yang memerlukan biaya untuk sebuah gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas
2. Penjualan personal. Presentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan
3. Promosi penjualan. Insentif – insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan sebuah produk atau jasa
4. Hubungan masyarakat. Membangun hubungan baik dengan berbagai publik dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan menangani atau meluruskan rumor, cerita serta *event* yang tidak menguntungkan
5. Pemasaran langsung. Hubungan langsung dengan masing–masing pelanggan yang dibidik secara cermat dengan tujuan, baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan dengan pelanggan yang berkelanjutan. Penggunaan telepon, surat, *fax*, *email*, internet dan perangkat–perangkat lain dapat digunakan untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari konsumen

2.4. Strategi Promosi dan Pemasaran

2.4.1. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu alat bauran pemasaran. Promosi penting keberadaannya bagi suatu perusahaan. Aktivitas promosi menjadi ujung tombak penerimaan pasar sasaran terhadap suatu produk. Banyak calon konsumen yang tidak mau menerima suatu produk sebelum mendapatkan bauran promosi dari perusahaan (Lena, 2015:173).

Promosi penjualan adalah aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk (untuk mendapatkan lebih dari sekedar yang ada dari nilai produk) dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen, efektivitas penjualan atau mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjualan (*sales force*). Dari pengertian tersebut, promosi penjualan yang ditawarkan memungkinkan konsumen untuk memiliki kesempatan mendapatkan lebih dari apa yang mereka pikirkan menyangkut nilai barang (Hermawan, 2012:21).

2.4.2. Tujuan Promosi

Program bauran promosi yang dilakukan perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Tujuan promosi dapat diidentifikasi sebagai berikut (Lena 2015:174)

1. Menyampaikan Informasi

Promosi dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi tentang produk dan perusahaan kepada calon pelanggan potensial. Target pencapaian tujuan ini terutama pada saat perusahaan memiliki produk baru atau pasar sasaran baru.

2. Mempengaruhi

Setelah informasi tentang produk diterima oleh calon pelanggan potensial, langkah promosi selanjutnya adalah mempengaruhi dengan menyampaikan berbagai manfaat produk, keunikan produk, kemudahan mendapatkan suku cadang untuk memperbaiki atau memelihara produk, serta menyampaikan jaminan yang akan diterima pelanggan setelah melakukan pembelian. Harapan perusahaan agar calon pelanggan mengambil keputusan untuk membeli produk perusahaan.

3. Membujuk

Perusahaan terus gencar membujuk pasar sasaran agar mengambil keputusan pembelian. Beberapa program yang dapat dilakukan antara lain adalah keinginan biaya, kemudahan dan fleksibilitas bagi pelanggan yang akan melakukan pembayaran. Dengan demikian diharapkan calon pelanggan tidak ragu-ragu lagi dalam pengambilan keputusan.

4. Mengingat

Setelah calon pelanggan benar-benar mengkonsumsi produk perusahaan bahkan sudah menjadi pelanggan yang loyal, maka perusahaan tetap mengingatkan beberapa hal, antara lain meyakinkan kembali bahwa pelanggan telah mengkonsumsi produk yang tepat dan mengingatkan untuk membeli produk lebih cepat dan lebih banyak pada saat pelanggan tersebut mulai membutuhkan kembali produk perusahaan.

2.4.3. Alat Promosi Penjualan

Alat – alat yang digunakan untuk mencapai tujuan promosi penjualan, yaitu terdiri dari alat promosi penjualan untuk konsumen dan pengecer. Beberapa alat promosi penjualan untuk konsumen dan pengecer dapat diidentifikasi di bawah ini (Suharno, 2010:274) :

1. Contoh produk adalah sedikit produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dicoba.
2. Kupon adalah lembar yang memberi pembeli hak penghematan ketika mereka membeli produk yang sudah ditentukan.
3. Tawaran pengembalian uang (rabat) adalah tawaran untuk mengembalikan uang atas harga penjualan produk kepada konsumen dengan syarat tertentu.
4. Kemasan dengan harga potongan adalah potongan harga yang ditandai oleh produsen secara langsung pada label atau kemasan.
5. Bingkisan (*premium*) adalah barang yang ditawarkan secara gratis atau dengan harga murah sebagai insentif terhadap pembelian suatu produk.
6. Barang iklan khusus adalah barang iklan yang dicantumkan label nama pemasang iklan dan diberikan sebagai hadiah kepada konsumen.
7. Hadiah pelanggan adalah uang tunai atau hadiah lain atas penggunaan regular suatu produk tertentu.
8. Promosi di titik penjualan mencakup pameran dan demonstrasi yang terjadi di titik pembelian atau titik penjualan.

9. Kontes, undian berhadiah dan permainan adalah kegiatan – kegiatan promosi yang memberikan konsumen kesempatan untuk memenangkan suatu hadiah dengan mengandalkan nasib baik atau usaha tambahan.

2.5. Produk Bank

Secara general, bank mempunyai produk untuk sumber pendanaan (*funding*) dan produk untuk penyaluran dana (*landing*). Sumber pendanaan adalah produk bank untuk menerima uang dari masyarakat dan produk penyaluran dana adalah produk bank untuk menyalurkan kredit kepada debitur (Raharjo, 2015:77) :

1. Produk Dana (*Funding*)

Produk dana bank antara lain berupa:

a. Tabungan

Simpanan dana pihak ketiga (masyarakat) di bank yang pengambilan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Sebagai bukti kepemilikan tabungan. Pada beberapa bank, nasabah juga menerima kartu ATM sebagai pelengkap buku tabungan.

b. Giro

Simpanan dana pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dan hanya dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau bilyet giro. Untuk penarikan tunai digunakan cek dan pemindahbukuan digunakan bilyet giro. Jenis simpanan ini disukai oleh para pedagang karena mudah digunakan dan aman.

c. Deposito Berjangka

Simpanan dana pihak ketiga (masyarakat) di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu yang sudah disepakati antara pihak ketiga dengan bank. Bunga hasil pendapatan dari deposito ini dapat diambil tiap bulan selama jangka waktu perjanjian. Bunga tersebut juga dapat ditransfer ke rekening tabungan pihak ketiga untuk memudahkan dalam mengambil hasil bunga deposito tersebut. Pada umumnya, jenis simpanan ini digunakan pihak ketiga untuk menyimpan dana dalam jangka waktu lebih panjang dari simpanan di tabungan. Biasanya, jangka waktu deposito berjangka adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

2. Produk Kredit (*Lending*)

Produk kredit bank antara lain berbentuk:

a. Kredit Modal Kerja (KMK)

Kredit yang digunakan untuk kegiatan usaha debitur khususnya dalam penyediaan modal kerja usaha. Kredit ini biasanya mempunyai jangka waktu pendek dan sesuai dengan jangka waktu perputaran modal usaha debitur. Contoh kredit modal kerja adalah kredit untuk pembelian bensin/solar, gaji supir, tagihan listrik dan lain-lain.

b. Kredit Investasi (KI)

Kredit investasi adalah kredit untuk pengadaan barang modal. Pada umumnya kredit ini mempunyai jangka waktu menengah dan panjang, serta digunakan untuk usaha debitur. Nilai kredit ini dinilai lebih besar dari kredit modal kerja.

Contoh kredit investasi adalah kredit untuk pembelian tanah, bangunan untuk kantor, komputer kantor, truk, dan lain-lain.

c. Kredit Konsumsi

Kredit ini diberikan untuk pengadaan barang dan jasa untuk konsumsi masyarakat. Kredit ini tidak digunakan untuk pembelian barang modal dalam kegiatan usaha debitur. Contoh kredit konsumsi adalah kredit pembelian mobil, motor, rumah, dan kredit barang-barang konsumsi lainnya,

3. Produk Jasa Layanan

Bentuk produk jasa bank yang saat ini ada antara lain (Novi,2016:51) :

a. Pengiriman Uang (*Transfer*)

Pengiriman sejumlah uang atau valuta asing oleh bank atas nasabah yang ditujukan pada pihak lain, dilain tempat.

b. *Letter of Credits*

Salah satu jasa yang ditawarkan bank dalam rangka pembelian barang, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembeli sejak LC dibuka sampai dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian.

c. Bank Garansi (*Bank Guarantee*)

Jasa yang diberikan oleh bank berupa jaminan pembayaran sejumlah tertentu uang yang akan diberikan kepada pihak yang menerima jaminan, hanya apabila pihak yang dijamin melakukan cidera janji.

d. Kliring dan Inkaso

Kliring antarbank adalah pertukaran warkat antarbank baik atas nama bank maupun nasabah yang hasil perhitungannya diselesaikan pada waktu tertentu. Warkat (data keuangan elektronik) yang dimaksud tersebut merupakan alat pembayaran bukan tunai yang diatur dalam peraturan perundang-undangan atau ketentuan lain yang berlaku dan yang lazim dilaksanakan dalam transaksi pembayaran. Sedangkan Inkaso adalah bank dengan permintaan nasabah melakukan akseptasi kepada pihak tertagih ditempat lain atas surat berharga.

e. Kartu Plastik

Alat berbentuk kartu yang diterbitkan oleh suatu lembaga keuangan dan dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan. Perkembangan penggunaan kartu plastik dalam berbagai bentuknya menunjukkan bahwa alat ini tidak hanya digunakan sebagai alat pembayaran tetapi juga untuk tujuan lain seperti penarikan uang tunai.

f. *Money Changer*

Fasilitas jasa penukaran uang yang diberikan oleh bank dengan mata uang dari berbagai Negara.

g. *Treveller's Check*

Cek yang dapat dipergunakan untuk transaksi ataupun dibeli dan ditukarkan kembali dalam mata uang yang dikehendaki nasabah selama di dalam perjalanan.

h. Telebanking

Produk perbankan langsung ditujukan untuk setiap klien yang ingin secara sederhana dan aman untuk mengelola keuangan mereka melalui telepon. Klien dapat menggunakan produk ini sebagai pelengkap yang nyaman dengan internet produk perbankan.

i. Kustodian

Lembaga keuangan yang bertanggung jawab untuk menjaga perusahaan atau individu aset keuangan. Peran seorang penjaga dalam kasus seperti itu yaitu untuk terus dalam penyimpanan aset seperti saham dan obligasi, mengatur penyelesaian dari setiap pembelian dan penjualan sekuritas tersebut.

j. Wali Amanat

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh bank umum untuk mewakili kepentingan pemegang surat berharga berdasarkan perjanjian antara bank umum dengan emiten surat berharga yang bersangkutan. Dalam kegiatan ini jasa yang diberikan bank lebih berupa jasa administratif yaitu penyediaan sumber daya manusia yang mewakili kepentingan pemegang surat berharga.

k. Standing Order

Sebuah instruksi (bankir perintah) dari nasabah kepada bank mereka untuk membayar jumlah yang ditetapkan secara berkala ke *account* lain. Mereka biasanya digunakan untuk membayar sewa, hipotek atau pembayaran berkala tetap lainnya.

l. Safe Deposit Box

Jasa layanan penyewaan kotak penyimpanan surat-surat berharga atau harta milik nasabah. *Box* tersebut aman dari pencurian dan kebakaran karena terbuat dari baja. Kepada nasabah penyewa *box* dikenakan biaya sewa yang besarnya tergantung dari ukuran *box* serta jangka waktu penyewaan.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Gambaran Perusahaan

3.1.1 Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai bank pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian *Renville* pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU Nomor 41 Tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden

(Penpres) Nomor 9 Tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres Nomor 17 Tahun 1965 Tentang Pembentukan Bank Tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor Impor (*Exim*).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Undang-Undang Pokok Perbankan dan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1968 Tentang Undang-Undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI Nomor 21 Tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

PT. BRI (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK pada tahun 1994 sebesar Rp 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp 20.466 milyar. Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi/SPI, 170 Kantor cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor cabang Pembantu, 1 Kantor cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P.POINT, 3.705 BRI UNIT dan 357 Pos Pelayanan Desa.

3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Visi Bank BRI adalah bank terkemuka dan terbuka yang selalu mengutamakan kepuasan semua para nasabah yang ada diseluruh Indonesia agar selalu mempercayai Bank Rakyat Indonesia sebagai bank terbaik di Indonesia ini.

Misi Bank BRI yaitu:

1. BRI melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan memprioritaskan pelayanan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), untuk menunjang perekonomian di negara Indonesia.
2. BRI memberikan pelayanan prima kepada para nasabahnya melalui jaringan kerja luas dan didukung sumber daya manusia (SDM) yang profesional dan

ahli dengan melakukan banyak praktek tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).

3. BRI selalu memberikan keuntungan dan manfaat seoptimal mungkin kepada berbagai pihak yang berkepentingan atau kepada para nasabah.

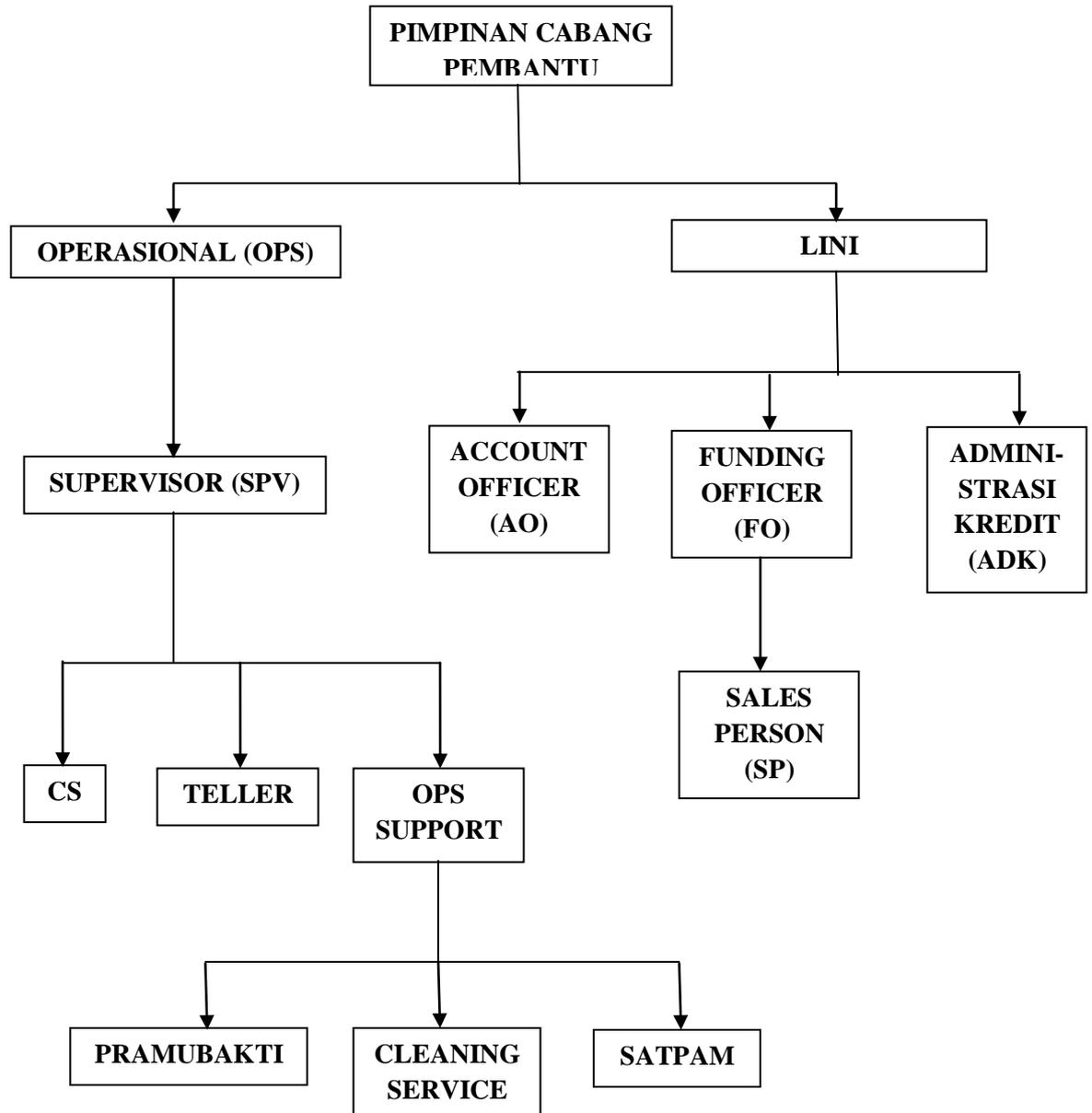
3.1.3 Nilai – Nilai Budaya Kerja

Bank Rakyat Indonesia melalui jajaran Dewan Komisaris, Direksi, dan seluruh pekerja BRI, mempunyai komitmen untuk melaksanakan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* dengan berlandaskan pada nilai-nilai pokok yang tergantung pada Budaya Kerja BRI, yaitu:

1. Integritas
2. Profesional
3. Kepuasan nasabah
4. Keteladanan
5. Penghargaan kepada Sumber Daya Manusia (SDM).

Nilai – nilai budaya kerja tersebut telah diimplementasikan oleh seluruh jajaran BRI dan merupakan nilai-nilai untuk membangun kode etik BRI sehingga dalam bertindak dan berpikir mempunyai acuan yang jelas dan terukur yang selanjutnya diharapkan dapat membawa BRI pada tujuan tata kelola perusahaan yang baik.

3.1.4 Struktur Organisasi



Sumber: PT. Bank BRI Kantor cabang Magelang

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank BRI Kantor cabang Magelang

3.1.5 Job Description

Organisasi merupakan alat atau wadah yang digunakan oleh perusahaan guna merealisasikan tujuan yang telah digariskan. Tujuan utama dalam pembentukan struktur organisasi adalah untuk mengkoordinasikan semua kegiatan, baik secara

fisik maupun non fisik yang diarahkan pada pencapaian tujuan. Dalam mewujudkan usaha-usaha perusahaan diperlukan suatu kegiatan terarah sehingga pelaksanaan tugas dapat dilaksanakan secara tertib dan lancar berpedoman kepada perangkat-perangkat organisasi yang telah ditentukan. *Job Description* dari struktur organisasi PT. Bank BRI Kantor cabang Magelang:

a. *Funding Officer*

Tugas dan tanggungjawab *Funding Officer*:

- 1) Mengidentifikasi sumber dana potensial (CPP = *Capital Potensial Pund*) baik perorangan maupun Perusahaan/Instansi.
- 2) Membina hubungan baik dengan instansi/perusahaan maupun individual yang pootensi.
- 3) Melakukan kegiatan promosi produk dana dan jasa.
- 4) Menjaga hubungan baik dan mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menyimpan uangnya pada kantor cabang bank BRI.
- 5) Memasarkan produk-produk dan jasa secara *cross-selling*.
- 6) Menyusun sasaran dan target

Wewenang *Funding Officer*:

- 1) Mewakili BRI dalam negosiasi dengan calon nasabah penyimpan dengan batas kewenangannya.
- 2) Megusulkan *special rate* simpanan kepada pimpinan cabang sesuai permohonan calon nasabah penyimpan.
- 3) Mengusulkan kepada pimpinan cabang hal-hal yang berhubungan dengan kelancaran penghimpunan dana.

b. *Sales Person*

Tugas *sales person*, yaitu:

- 1) Untuk memotivasi calon nasabah agar ia bertindak dengan suatu cara yang dikehendaki olehnya yaitu membeli.
- 2) Dapat mengarahkan sasaran mana dan kepada siapa produk akan ditawarkan dan dijual.
- 3) Dapat meyakinkan atas manfaat dan kelebihan produk yang ditawarkan.
- 4) Dapat meyakinkan calon nasabah yang diketahui ragu-ragu dalam mengambil keputusan atau menentukan pilihan.

c. *Administrasi Keuangan*

Tugas dan tanggung jawab *Administrasi Keuangan*, yaitu:

- 1) Menyiapkan, meneliti dan memastikan permohonan paket kredit sesuai dengan ketentuan untuk mengamankan kepentingan bank.
- 2) Melaksanakan proses asuransi sesuai yang dipersyaratkan putusan guna mengamankan kepentingan bank.
- 3) *Monitoring* portofolio kredit dan menata laporan-laporan bidang perkreditan sesuai dengan ketentuan.
- 4) Melakukan tugas-tugas perbankan lainnya untuk menunjang bisnis kantor cabang.

d. *Customer Service*

Tugas *customer service*, yaitu:

- 1) Memberikan layanan pembukaan rekening dan fasilitas layanan lainnya yang terkait dengan produk pinjaman, simpanan, investasi dan jasa bank lainnya sesuai ketentuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
- 2) Memelihara data nasabah termasuk *Customer Information File* (CIF) untuk menjamin data nasabah yang akurat dan terkini dan memenuhi prinsip penerapan program Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (PPT).
- 3) Menata berkas rekening simpanan dan *register* yang terkait dengan bidang tugasnya dalam rangka untuk menjamin ketertiban administrasi sesuai ketentuan untuk mengamankan kepentingan bank.

e. *Account Officer*

Tugas *account officer*, yaitu:

- 1) Menyediakan informasi/data tentang potensi bisnis di wilayah kerja kantor cabang dalam mendukung penyusunan Pasar Sasaran (PS), Kriteria Risiko Dapat Diterima (KRD) kantor cabang untuk mencapai target bisnis yang ditetapkan.
- 2) Menyusun rencana dan melaksanakan kegiatan pemasaran serta prakarsa kredit sesuai dengan pasar sasaran dan kriteria risiko yang dapat diterima sesuai kewenangan bidang tugasnya agar target ekspansi kredit tercapai.
- 3) Melakukan pembinaan kredit langsung (*on site*) maupun tidak langsung (*off site*) sesuai kewenangan bidang tugasnya terhadap debitur binaannya

untuk memastikan bahwa kinerja kredit nasabah dapat terjaga dalam kategori *performing loan*.

f. *Teller*

Tugas *teller*, yaitu:

- 1) Melaksanakan pengecekan kas *teller* sesuai kewenangannya untuk memastikan kelancaran pelayanan kepada nasabah sesuai ketentuan.
- 2) Melaksanakan layanan transaksi pembukuan setoran dan pengambilan uang, transaksi non tunai, pengecekan keaslian uang nasabah dan keabsahan dokumen, serta pemberian informasi yang dibutuhkan oleh nasabah sesuai ketentuan untuk memastikan kelancaran transaksi terhadap nasabah.
- 3) Mengelola kas *teller* selama jam pelayanan kas maupun akhir hari termasuk menata maksimum kas sesuai ketentuan.
- 4) Menata bukti kas dan mencetak laporan-laporan transaksi sesuai ketentuan untuk memastikan kebenaran transaksi yang telah dilakukan.
- 5) Melaksanakan opname kas dan pengisian kas ATM untuk memastikan ketersediaan kas ATM sesuai ketentuan.

g. *Supervisor*

Tugas *supervisor*, yaitu:

- 1) Mensupervisi pengecekan kas *teller* sesuai kewenangannya untuk memastikan kelancaran pelayanan kepada nasabah sesuai ketentuan.
- 2) Mensupervisi pengelolaan kas *teller* selama jam pelayanan kas maupun akhir hari termasuk menatakerjakan maksimum kas sesuai ketentuan.

- 3) Mensupervisi penatakerjaan bukti kas dan mencetak laporan-laporan transaksi sesuai ketentuan untuk memastikan kebenaran transaksi yang telah dilakukan.
- 4) Mensupervisi pelaksanaan *opname kass* dan ATM untuk memastikan ketersediaan kas ATM sesuai ketentuan.

h. Pimpinan Cabang Pembantu

Tugas pimpinan cabang pembantu, yaitu:

- 1) Mengkoordinasikan dan memonitor kegiatan identifikasi potensi di wilayah kerja KCP dalam mendukung penyusunan Pasar Sasaran (PS), Kriteria Risiko Diterima (KRD) Kantor Cabang Pembantu (KCP) dalam rangka mencapai target bisnis yang ditetapkan.
- 2) Mengkoordinasikan dan memonitor kegiatan pengembangan bisnis dan pemasaran kredit dan simpanan dalam rangka memperluas pangsa pasar guna memperoleh keuntungan/penghasilan yang optimal dengan risiko yang dapat diterima dan tetap mempertahankan kualitas portofolio yang sehat.
- 3) Mengkoordinasikan dan memonitor kegiatan pembinaan dan pengawasan jajaran jabatan pemasaran sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan sebaik-baiknya bagi nasabahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

i. Pramubakti

Tugas pramubakti, yaitu:

- 1) Memperlancar operasional kantor sesuai perintah atasan.
- 2) Mengelola sarana dan prasarana yang berkaitan dengan bidang tugasnya.

j. *Cleaning Service*

- 1) Membersihkan meja, kursi, komputer dan telepon.
- 2) Membuang sampah.
- 3) Membersihkan kaca *indoor* atau *outdoor*, langit-langit, kamar mandi, alat pemadam kebakaran.
- 4) Membersihkan halaman (menyapu).
- 5) Menyapu dan mengepel lantai atau *lobby*, dll.

k. Satpam

1. Mengadakan pengaturan dengan maksud menegakkan tata tertib yang berlaku dilingkungan kerjanya, khususnya yang menyangkut keamanan dan ketertiban atau tugas-tugas lain yang diberikan pimpinan.
2. Mengadakan pengawalan uang/barang bila diperlukan dan disesuaikan instansi/proyek/badan usaha yang bersangkutan.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Produk Tabungan BritAma

Tabungan BritAma merupakan salah satu jenis tabungan di BRI yang memiliki sistem penyetoran yang dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi pengambilan tidak dibatasi. Untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, BRI selalu melakukan usaha secara terus menerus dengan

pengembangan fasilitas dan fitur dalam bertransaksi. Oleh karena itu Tabungan BritAma merupakan produk unggulan dari Bank Rakyat Indonesia. Tabungan BritAma memberikan fasilitas berupa ATM/Debit BRI kepada nasabah dan untuk memudahkan transaksi, BRI menyediakan *e-banking*, antara lain *Automatic Teller Machine (ATM)*, *phone Banking*, *SMS Banking*, *Point Of Sales*, *Cash Deposit Machine*, *Kiosk*, *Mini ATM* dan *Internet Banking*.

1. Persyaratan pembukaan rekening Tabungan BritAma

Syarat dan ketentuan umum pembukaan tabungan BritAma di bank BRI kanto cabang Magelang adalah sebagai berikut :

a. Syarat Perorang

- 1) Warga negara Indonesia
- 2) WNI: Melampirkan *photo copy* KTP/SIM
- 3) WNA: Paspur atau surat keterangan pendukung
- 4) Mengisi dan menandatangani formulir data nasabah
- 5) Jumlah setoran awal minimum Rp 250.000

b. Syarat Perusahaan

- 1) Warga negara Indonesia
- 2) Melampirkan *photo copy* akta pendirian
- 3) Melampirkan *photo copy* NPWP
- 4) Melampirkan *photo copy* KTP
- 5) Melampirkan surat kuasa untuk bertindak atas nama lembaga bagi yang mewakili lembaga sesuai dengan AD/ART

6) Mengisi dan menandatangani formulir data nasabah lembaga serta tanda tangan

7) Memberikan setoran awal minimum RP 250.000.

2. Fasilitas Tabungan BritAma, yaitu:

a. *E-banking* BRI (ATM, CDM, Mini ATM, *SMS Banking*, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, SMS Notifikasi, dll.)

b. Asuransi kecelakaan diri bagi nasabah perorangan:

1) Nasabah Tabungan BRI BritAma dengan saldo akhir minimal Rp. 500.000 diberikan fasilitas asuransi kecelakaan diri secara gratis

2) Pertanggung jawaban yang diberikan sebesar 250% dari saldo akhir atau maksimal sebesar 150 juta

3) Diberikan tambahan manfaat asuransi untuk nasabah yang meninggal karena kecelakaan yaitu:

a) Santunan pendidikan (200% dari saldo akhir atau maksimal 10 juta)

b) Santunan pendapatan (100% dari saldo akhir atau maksimal 12 juta)

c) Santunan duka sebesar 1,5 juta.

c. Diikutsertakan pada program undian Untung Beliung BritAma, dan program hadiah menarik lainnya.

d. Fasilitas transaksi otomatis, meliputi:

1) *Automatic Fund Transfer (AFT)*

Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan nasabah.

2) *Account Sweep*

Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya secara otomatis, yang sebelumnya telah di *set up* sesuai dengan batasan saldo minimal dan maksimal yang ditetapkan nasabah.

3) *Automatic Grab Fund (AGF)*

Fasilitas untuk menarik (mendebet) dana Tabungan BRI BritAma secara otomatis oleh satu rekening tertentu, misalnya untuk angsuran pembayaran rekening pinjaman bank.

3. Keunggulan Tabungan BritAma, yaitu:

- a) Transaksi *real time online* di lebih dari 10.000 unit kerja BRI dan 23.000 ATM BRI seluruh Indonesia.
- b) Aksesibilitas kartu ATM/Debit BRI di jaringan BRI, ATM bersama, *link*, *prima*, *cirrus*, *maestro* dan *master card* baik di dalam maupun di luar negeri.
- c) Gratis *cover* asuransi kecelakaan diri hingga Rp 150.000.000,-
- d) Didukung oleh fasilitas *e-Banking (mobile banking, internet banking, sms notifikasi dll)*

- e) Suku bunga tabungan kompetitif
- f) Dapat memilih fasilitas transaksi otomatis
- g) Limit transaksi antar cabang hingga Rp 300.000.000,

3.2.2 Strategi Promosi Produk Tabungan BritAma

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor cabang Magelang dalam melaksanakan penghimpunan tabungan BritAma telah melakukan berbagai upaya cukup baik karena telah memperoleh peningkatan pada jumlah nominal dan penabungnya. Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Bank BRI kantor cabang Magelang, antara lain :

1. Melakukan promosi pada media masa lokal, baik cetak maupun elektronik.
2. Mengadakan pelatihan sistem *online* kepada petugas *officer*.
3. Mengadakan acara sosialisasi program promosi.
4. Memberi tugas kepada Bank BRI cabang Magelang untuk melakukan koordinasi dengan kantor cabang yang berada dalam wilayah kerjanya.
5. Membagi wilayah kerja petugas *selling officer* pada setiap Bank BRI kantor cabang pembantu guna melakukan koordinasi.

3.2.3 Analisis SWOT Produk BritAma

Untuk menunjang program penjualan produk tabungan BritAma di bank BRI kantor cabang Magelang, maka sangat perlu menentukan strategi, yaitu membuat analisa yang meliputi empat faktor, masing-masing faktor tersebut yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threat*) yang lebih dikenal dengan analisa SWOT, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strenght*)
 - a. Bank BRI berpengalaman dalam bidang penghimpunan dana tabungan.
 - b. Tingkat suku bunga tabungan kompetitif.
 - c. Teknologi sistem antara kantor cabang dengan menggunakan data *proccessing* melalui jaringan internet.
 - d. Produk memiliki berbagai fasilitas.
 - e. Tenaga *selling officer* yang terampil.
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Banyaknya bank pesaing pada wilayah tersebut.
 - b. Sistem teknologi masih terdapat kendala
3. Peluang atau Kesempatan (*Oppurtunities*)
 - a. Bank BRI mempunyai jaringan atau *outlet* yang cukup banyak.
 - b. Memberikan peluang undian yang dilakukan oleh Bank BRI.
 - c. Bank BRI banyak mengopersionalkan jasa layanan yang bukan produknya, seperti pembayaran gaji, pembayaran telepon dan sebagainya.
4. Ancaman (*Threats*)

Bank pesaing cukup banyak pada wilayah kantor cabang yang terletak di perkotaan Magelang.

3.2.4 Mekanisme Pengelolaan Tabungan BritAma

Mekanisme pengelolaan Tabungan BritAma terdiri dari beberapa tahap, antara lain:

1. Mekanisme Pembukaan Tabungan BritAma

Pembukaan Tabungan BritAma pada BRI Cabang Magelang harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Dilakukan oleh calon nasabah secara langsung (tanpa diwakilkan)
- b. Setoran awal minimum Rp 250.000 (dua ratus lima puluh ribu rupiah)
- c. Biaya administrasi setiap bulan Rp 7.500 (tujuh ribu lima ratus rupiah)
- d. Membawa kartu tanda penduduk asli dan *photocopy* kartu tanda penduduk.
- e. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening
- f. Bagi nasabah yang berbentuk badan usaha harus dibuatkan surat kuasa khusus dari pengurus kepala yang ditunjuk untuk melakukan pembukaan, penyetoran dan penarikan di BRI kantor cabang Magelang.
- g. Permintaan penggantian buku Tabungan BritAma karena rusak atau hilang dibebaskan dari biaya percetakan.

Bagi calon nasabah Tabungan BritAma, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Mendatangi Bank terkait dan mendatangi bagian *Deskman* untuk meminta penjelasan terkait pembukaan tabungan.
- b. Menyerahkan *photocopy* kartu identitas (SIM/KTP) 1 lembar dan menunjukkan kartu identitas asli kepada *Deskman*.
- c. Mengisi formulir dan slip setoran awal tabungan.
- d. Jika calon nasabah ingin menggunakan fasilitas ATM maka nasabah dapat mengisi aplikasi permohonan kartu ATM.
- e. Menyerahkan buku tabungan dan slip setoran kepada *teller*.

Bagi *Deskman*, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Memberikan penjelasan produk tabungan BritAma kepada calon nasabah
- b. Jika nasabah ingin mendapatkan fasilitas kartu ATM, maka *Deskman* dapat memberikan informasi mengenai ketentuan menggunakan fasilitas ATM. Ketentuan tersebut antara lain:
 - 1) Setoran awal Rp 250.000 (dua ratus lima puluh ribu rupiah)
 - 2) Tidak dikenakan potongan biaya tiap bulannya
 - 3) Kartu ATM dapat diambil setelah 10 hari masa pembuatannya.
 - 4) Nomor PIN pada kartu ATM nasabah dapat dibuat kembali oleh nasabah
- c. Mempersiapkan formulir aplikasi pembuatan rekening tabungan BritAma dan menandatangani kartu contoh tanda tangan (KCTT)
- d. Meminta nasabah untuk mengisi formulir aplikasi pembuatan rekening tabungan BritAma dan menandatangani kartu contoh tanda tangan (KCTT)
- e. Melakukan pembentukan *Customer Information File* (CIF) bagi nasabah yang belum pernah menjadi nasabah BRI kantor cabang Magelang.
- f. Memberikan nomor rekening dan buku tabungan kepada nasabah
- g. Mencetak salinan dan statistik nasabah tersebut disertai KCTT dan menyerahkan kepada kepala unit

Bagi *Teller*, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Menerima slip setoran dan buku tabungan dari nasabah
- b. Mencatat transaksi ke dalam komputer
- c. Menyerahkan slip setoran dan buku tabungan kepada nasabah

d. Bagi *Deskman*, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

Bagi KA unit, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Memeriksa dan mengesahkan dokumen pembukaan rekening BritAma
- b. Mengaktifkan pembukaan rekening BritAma

2. Prosedur Penyetoran Rekening BritAma

Ketentuan penyetoran rekening BritAma pada bank BRI kantor cabang Magelang adalah sebagai berikut:

- a. Setoran awal Rp 250.000 (dua ratus lima puluh ribu rupiah)
- b. Penyetoran dapat dilakukan oleh orang lain (diwakili) dengan menyerahkan buku tabungan
- c. Penyetoran dengan sistem *BRI^{net}* dapat dilakukan di BRI mana saja yang sudah tersambung secara *online*.

Bagi calon nasabah tabungan BritAma, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Mengisi slip setoran 2 lembar
- b. Menyerahkan slip setoran, buku tabungan dan uang setoran kepada *teller*.
- c. Menerima kembali buku tabungan dan slip setoran kedua dari *teller*.

Bagi *teller*, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Menerima slip setoran, buku tabungan dan uang setoran
- b. Menghitung uang setoran
- c. Mencatat transaksi penyetor dikomputer
- d. Memvalidasi slip setoran dan mencetak buku tabungan BritAma serta menandatangani.

e. Menyerahkan kembali buku tabungan beserta slip setoran lembar kedua sebagai bukti nasabah.

3. Prosedur Penarikan Rekening Tabungan BritAma

Penarikan rekening BritAma harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Penarikan dilakukan di bank BRI kantor cabang Magelang atau kantor cabang lainnya.
- b. Penarikan harus menggunakan buku tabungan dan kartu identitas sebagai bukti pemilik sah pemilik rekening
- c. Penarikan dapat diwakilkan dengan syarat usia minimal 21 tahun dan bersetatus sudah menikah serta menunjukkan surat kuasa bermaterai.
- d. Nominal minimum yang dapat ditarik sebesar Rp 50.000
- e. Saldo minimal pasca penarikan adalah Rp 25.000
- f. Penarikan dengan ATM mengikuti ketentuan yg berlaku

Bagi nasabah tabungan BritAma, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Mendatangi bank BRI kantor cabang Magelang atau kantor cabang lainnya
- b. Mengisi slip penarikan dan menyerahkan dengan disertakan buku tabungan dan identitas diri kepada *teller*.

Bagi *teller*, hak dan kewajiban yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Menerima slip penarikan, buku tabungan dan kartu identitas nasabah.
- b. Mencatat transaksi penarikan
- c. Memvalidasi transaksi penarikan dan buku tabungan BritAma
- d. Meminta nasabah untuk menandatangani bagian belakang slip penarikan

- e. Menyerahkan uang sesuai nominal pada slip penarikan
 - f. Menyimpan bukti penarikan untuk dicocokkan dan dilampirkan pada DMH (daftar mutasi harian)
4. Prosedur Penutupan Rekening Tabungan BritAma

Penutupan Rekening BritAma harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Dilakukan oleh pemilik rekening dan di BRI kantor cabang asal rekening
- b. Biaya penutupan rekening adalah Rp 7500 (tujuh ribu lima ratus ribu rupiah)

3.2.5 Perhitungan Bunga Tabungan BritAma

Perhitungan bunga tabungan BritAma didasarkan kepada saldo terendah dalam satu bulan terakhir. Besarnya suku bunga tabungan BritAma pada saat ini adalah:

Tabel 3.1 Suku Bunga Tabungan BritAma

Saldo (Rp)	%/p.a
0 - <500.000	0.00
500.000 – 5.000.000	2.00
>5.000.000 – 50.000.000	2.25
>50.000.000 – 100.000.000	2.50
>100.000.000 – 1.000.000.000	3.25
>1.000.000.000	4.00

Sumber: Bank BRI, 2013

Berikut ini adalah contoh perhitungan suku bunga tabungan BritAma secara manual dengan berdasarkan saldo terendah selama satu bulan terakhir.

Pak Nasution membuka rekening tabungan BritAma di bank BRI kantor cabang Magelang pada tanggal 1 oktober 2013. Pak Nasution melakukan setoran pertama secara tunai sebesar Rp 10.000.000. selanjutnya transaksi yang terjadi direkening tabungan selama bulan Oktober 2013 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Transaksi Rekening Tabungan

Tanggal Transaksi	Jenis Transaksi	Nominal (Rp)
10 Oktober 2013	Setor tunai	5.000.000
14 Oktober 2013	Transfer masuk	2.500.000
18 Oktober 2013	Transfer masuk	2.500.000
22 Oktober 2013	Setor tunai	5.000.000
26 Oktober 2013	Tarik tunai	1.000.000
30 Oktober 2013	Tarik tunai	1.000.000

Sumber: Bank BRI, 2013

Berapakah bunga bersih yang diterima Pak Nasution untuk bunga BritAma pada bulan Oktober?

Tabel 3.3 Laporan Rekening Tabungan BritAma Nasabah pertanggal 31 Oktober 2013

Tanggal Transaksi	Jenis Transaksi	Debet (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)
1 Oktober 2013	Setor tunai	-	10.000.000	10.000.000
10 Oktober 2013	Setor tunai	-	5.000.000	15.000.000
14 Oktober 2013	Transfer masuk	-	2.500.000	17.500.000
18 Oktober 2013	Transfer masuk	-	2.500.000	20.000.000
22 Oktober 2013	Setor tunai	-	5.000.000	25.000.000
26 Oktober 2013	Tarik tunai	1.000.000	-	24.000.000
30 Oktober 2013	Tarik tunai	1.000.000	-	23.000.000

Sumber: Bank BRI, 2013

Saldo terendah = Rp 10.000.000

Suku bunga = 2,25%/p.a

$$\text{Bunga} = \frac{\text{Rp } 10.000.000}{12} \times 2,25\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 10.000.000}{12} \times 0,0225$$

= Rp 18.750

Jumlah atas pembayaran bunga tabungan BritAma adalah Rp 18.750.

3.2.6 Strategi Pemasaran Bank BRI Kantor Cabang Magelang

Bank BRI kantor cabang Magelang mempunyai strategi pemasaran untuk memasarkan produk-produknya kepada nasabah, yaitu :

1. Penjualan personal. Presentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
2. Pemasaran langsung. Hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan yang dibidik secara cermat dengan tujuan, baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan dengan pelanggan yang berkelanjutan. Penggunaan telepon, surat, *fax*, *email*, internet dan perangkat-perangkat lain dapat digunakan untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari konsumen
3. Hubungan masyarakat dan kerjasama . Membangun hubungan baik dengan berbagai publik dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan menangani atau meluruskan rumor, cerita serta *event* yang tidak menguntungkan.

Bank BRI kantor cabang Magelang hanya memiliki beberapa strategi pemasaran untuk memasarkan produk-produknya, yaitu antara lain penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat. Sedangkan strategi pemasaran secara umum, yaitu penjualan personal, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, iklan, dan promosi penjualan (Suharno, 2010:252). Untuk meningkatkan strategi pemasaran pada bank BRI kantor cabang Magelang, sebaiknya strategi pemasarannya lebih ditingkatkan melalui strategi yang belum

diterapkan seperti menggunakan iklan dan promosi penjualan. Bank BRI dapat menggunakan iklan dalam pemasarannya melalui media televisi, radio dan internet, selain itu iklan ini dapat dijadikan sebagai promosi penjualan produk tabungan Britama pada bank BRI kantor cabang Magelang agar masyarakat lebih mengetahui produk ini.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tabungan BritAma merupakan salah satu jenis tabungan di BRI yang memiliki sistem penyetoran yang dapat dilakukan setiap saat dan tabungan BritAma memberikan fasilitas berupa ATM/Debit BRI kepada nasabah dan untuk memudahkan transaksi, BRI menyediakan e-banking, antara lain *automatic teller machine (ATM)*, *phone banking*, *SMS banking*, *point of sales*, *cash deposit machine*, *kosk*, *mini ATM* dan *internet banking*. Persyaratan untuk pembukaan rekening tabungan BritAma sangat mudah dan terdapat jaminan asuransi kecelakaan bagi para nasabah pengguna tabungan BritAma.
2. Strategi pemasaran produk tabungan BritAma pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Magelang yaitu :
 - a. Penjualan personal. Presentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
 - b. Pemasaran langsung. Hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan yang dibidik secara cermat dengan tujuan, baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan dengan pelanggan yang berkelanjutan. Penggunaan telepon, surat, *fax*, *email*,

internet dan perangkat-perangkat lain dapat digunakan untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari konsumen

- c. Hubungan masyarakat dan kerjasama. Membangun hubungan baik dengan berbagai publik dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan menangani atau meluruskan rumor, cerita serta *event* yang tidak menguntungkan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penyusunan laporan magang pada Bank BRI kantor cabang Magelang, maka sebaiknya bank BRI kantor cabang Magelang menambahkan strategi pemasarannya melalui iklan dan promosi penjualan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada produk tabungan Britama, agar seluruh masyarakat dapat mengetahui dan tertarik pada produk ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Arbi, Syarif. 2013. *Lembaga Perbankan, Keuangan dan Pembiayaan*. Yogyakarta: BPFE
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga
- Karim, Adiwarmanto. 2015. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Press
- Lena, Henny Triska. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Bank terhadap Kepuasan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Debitur BPR di Wilayah Riau Pesisir*. Vol 6, p.43
- Novi, Yushita Amanita. 2016. *Aktivitas dan Produk Bank*. Diperoleh tanggal 9 Agustus 2016 di <http://staff.uny.ac.id/aktivitas-dan-produk-bank.pdf>
- Raharjo, Ari WB. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank di Indonesia*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Rangkuti.2010. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Subagyo,Ahmad. 2010. *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Suharno, Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wahjono, Sentot Iman. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu