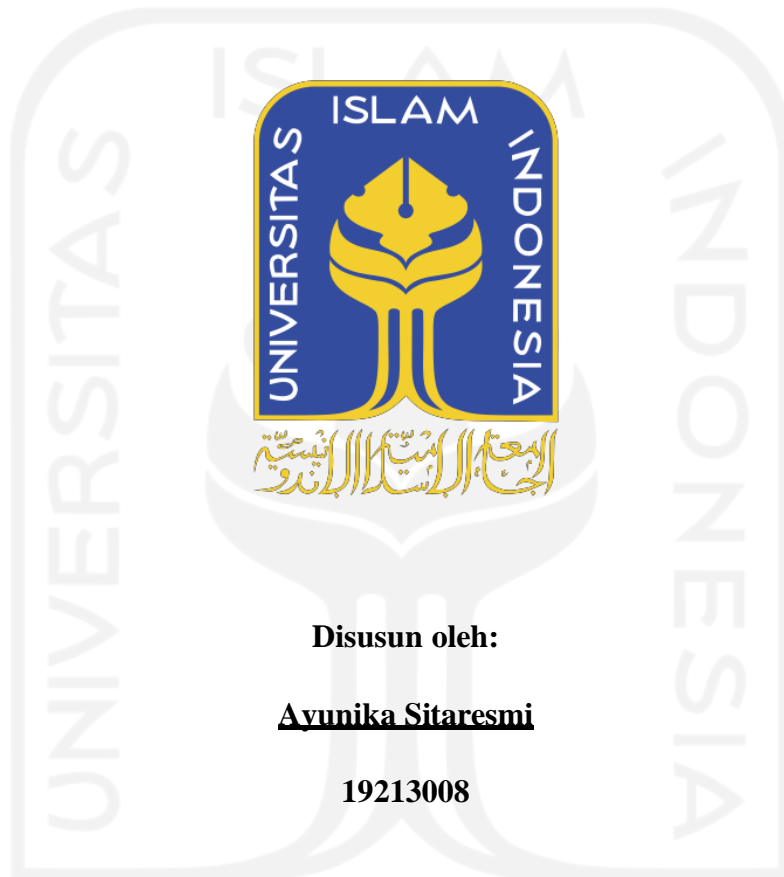


STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE

PADA BANK BRI UNIT CATUR TUNGGAL

LAPORAN TUGAS AKHIR



Disusun oleh:

Ayunika Sitaresmi

19213008

Program Studi Perbankan Dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2022

**STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE
PADA BANK BRI UNIT CATUR TUNGGAL**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh:

Ayunika Sitaresmi

19213008

Program Studi Perbankan Dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2022

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE

PADA BANK BRI UNIT CATUR TUNGGAL



Disusun Oleh:

Nama : Ayunika Sitaresmi

No. Mahasiswa : 19213008

Dosen Pembimbing

Nur Ellyanawati Esty Rahayu, S.E., M.M.

Dosen Penguji

Ahmad Rifky Hidayat, S.IP., MM.

Yogyakarta, 29 Juni 2022

Universitas Islam Indonesia

Kepala Program Studi



Dra. Diana Wijayanti SE., M.Si

PERNYATAAN BEBAS PLASGIASI

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

Sumatera Selatan, 12 Juni 2022

Penulis



Ayunika Sitaresmi

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah Swt. Karena atas rahmat dan hidayahnya saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online Pada Bank BRI Unit Catur Tunggal”**.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan Tugas Akhir tentunya tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang ikut memberikan bantuan, terutama kepada:

1. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si. selaku ketua Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu selama tiga tahun perkuliahan.
2. Ibu Nur Ellyanawati Esty Rahayu S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir yang telah memberikan waktu, kritik, saran, dan bantuannya sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Seluruh Bapak Dan Ibu Dosen serta Staff Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama perkuliahan.

4. Seluruh pihak BRI Kantor Unit Catur Tunggal yang telah memberikan kesempatan untuk dapat magang selama tiga bulan.
5. Muhammad Fauzan Ferrian dan Habibul Aziz selaku pembimbing magang yang telah memberikan banyak ilmu selama magang berlangsung.
6. Untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan baik materi maupun nonmateri, semangat, motivasi sehingga dapat melaksanakan kuliah selama 3 tahun.
7. Untuk seseorang yang telah memberikan semangat dan motivasi agar selalu ingat kuliah dan menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
8. Untuk sahabat saya Meatri Alphi Daihanni dan Arlita Andayani yang telah banyak membantu saya, mengingatkan tentang tugas dan aktivitas yang berhubungan dengan kuliah.
9. Untuk seluruh teman seperjuangan Perbankan dan Keuangan angkatan 2019 yang selalu berbagi dan saling menolong untuk keberhasilan sesama.
10. Dan terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis memerlukan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat dijadikan perbaikan dan pembelajaran agar lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Penulis



Ayunika Sitaresmi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Dasar Pemikiran Laporan Tugas Akhir	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir	1
1.2.1 Tujuan	2
1.2.2 Manfaat	3
1.3 Target Penulisan Laporan Tugas Akhir	4
1.4 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Bank Secara Umum	6
2.1.1 Pengertian Bank	6
2.1.2 Jenis-jenis Bank	6
2.2 Rekening Simpanan	10
2.2.1 Giro	10
2.2.2 Tabungan	13
2.2.3 Deposito	14

2.3 Strategi Pemasaran	15
2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran	15
2.3.2 Bauran Pemasaran	15
2.4 Pembukaan Rekening Online	17
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF	18
3.1 Data Umum	18
3.1.1 Sejarah BRI	18
3.1.2 Visi Misi BRI	19
3.1.3 Struktur Organisasi Bank BRI	20
3.1.4 Struktur Organisasi Bank BRI Catur Tunggal	21
3.1.5 Produk dan Layanan Bank BRI	21
3.2 Data Khusus	27
3.2.1 Produk Tabungan Online PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	27
3.2.2 Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening <i>Online</i> pada Bank BRI Kantor Unit Catur Tunggal	33
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Kesimpulan	37
4.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BRI	20
Gambar 3.2 Struktur Organisasi BRI Kantor Unit Catur Tunggal	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Sertifikat Magang	41
Lampiran 2: Brosur Pembukaan Rekening Online BRI	42



ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan cara yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat mengenalkan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat. Tinggi atau rendahnya penjualan tergantung dari strategi yang digunakan. Semakin baik strategi yang digunakan maka semakin banyak pula hasil penjualan produk. Teori yang digunakan dalam penelitian kali ini menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu *Product, Price, Promotion, dan Place*.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pembukaan rekening online pada Bank Rakyat Indonesia Unit Catur Tunggal. 2) untuk mengetahui strategi pemasaran pembukaan rekening online yang diterapkan oleh Bank BRI Unit Catur Tunggal. Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI Unit Catur Tunggal.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Bank BRI Unit Catur Tunggal menerapkan bauran pemasaran yaitu: 1) BRI membuat produk yang memenuhi kebutuhan nasabah dengan fitur dan keuntungan beragam. 2) BRI menentukan harga melalui berbagai macam pertimbangan seperti limit transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah. 3) Letak kantor BRI strategis yaitu ditengah desa sehingga lalu lintas setiap harinya tergolong ramai. 4) BRI menggunakan promosi langsung dan tidak langsung. Promosi langsung dilakukan dengan mendatangi langsung kerumah warga dan promosi tidak langsung dilakukan melalui media social.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Produk Tabungan.

ABSTRACT

Marketing strategy is a method used by companies to be able to introduce their products so that they can be accepted by the public. High or low sales depending on the strategy used. The better the strategy used, the more product sales results. The theory used in this study applies a marketing mix consisting of 4Ps, namely Product, Price, Promotion, and Place.

The purposes of this study are 1) to determine the opening of an online account at Bank Rakyat Indonesia Catur Tunggal Unit. 2) to find out the marketing strategy for opening online accounts implemented by Bank BRI Catur Tunggal. This research was conducted at BRI Bank Catur Tunggal.

The results of this study are the strategies used by Bank BRI Catur Tunggal to implement a marketing mix, namely: 1) BRI makes products that meet customer needs with various features and benefits. 2) BRI determines the price through various considerations, such as the transaction limit required by the customer. 3) The location of the BRI office is strategic, which is in the middle of the village so that the daily traffic is quite busy. 4) BRI uses direct and indirect promotions. Direct promotion is done by going directly to residents' homes and indirect promotion is done through social media.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Savings Products.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Sistem yang digunakan oleh bank mengikuti perkembangan teknologi sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik. Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa perbankan untuk memperoleh dan menghimpun dana, menjadi salah satu faktor utama perkembangan industri perbankan. Perkembangan setiap bank dapat dilihat dari kemampuan bank dalam menghimpun dana. Dalam industri perbankan, dana merupakan komponen utama yang menunjang kegiatan bank, bank tidak dapat berfungsi apabila dana yang dimiliki tidak memadai. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok Pokok Perbankan (Presiden Republik Indonesia, 2022), bank adalah penghimpun dan penyalur dana kepada nasabah, serta memberikan jasa layanan kepada nasabah.

Perkembangan zaman menuntut bank untuk melakukan inovasi agar dapat beradaptasi dan mampu bersaing. Dengan memperbaiki pelayanan dan menciptakan kemudahan nasabah menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk menempatkan dananya dibank. Inovasi yang dilakukan oleh bank dengan menggunakan teknologi. Fasilitas yang ditawarkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Unit Catur Tunggal yaitu pembukaan rekening melalui online.

Dalam Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992, peranan bank adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, keadilan, dan stabilitas nasional dalam rangka mensejahterakan rakyat. Inovasi yang dilakukan perbankan untuk mengikuti perkembangan zaman dengan cara memberikan pelayanan dan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam hal itu, diperlukan strategi untuk dapat mengenalkan produknya kepada nasabah.

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk dan jasa disebut strategi pemasaran. Menurut (Soedarsono, 2020) strategi pemasaran adalah kegiatan pemasaran atau promosi dalam rancangan tertentu yang terdiri dari iklan, produk, distribusi, harga, bauran pemasaran dari konsumen untuk barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuan utama untuk mencapai kepuasan. Strategi pemasaran bank sangat penting karena dapat mengkomunikasikan produk perbankan secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen. Manfaat produk menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Seperti yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan menawarkan pemasaran yang menarik kepada masyarakat.

Bank BRI melakukan promosi dengan mengedukasi konsumen mengenai keunggulan, benefit, dan efektivitas waktu. Dalam hal ini dibutuhkan komunikasi yang baik antara nasabah dengan pegawai bank sehingga edukasi mengenai pembukaan rekening melalui *online* dapat diterima dengan baik dan harapannya nasabah akan lebih banyak mengedukasi lingkungan sekitarnya. Strategi yang digunakan oleh Bank Rakyat Indonesia dalam memasarkan

produknya dikenal dengan bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*) atau 4P.

Berdasarkan uraian diatas maka laporan tugas akhir ini mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online Pada Bank BRI Unit Catur Tunggal”**.

1.2 Tujuan Dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Adapun tujuan pelaksanaan magang di kantor Bank BRI Unit Catur Tunggal adalah:

1. Untuk mengetahui pembukaan rekening online pada Bank Rakyat Indonesia Unit Catur Tunggal.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembukaan rekening online yang diterapkan oleh Bank BRI Unit Catur Tunggal.

1.2.2 Manfaat

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terutama bagi marketing perusahaan dalam memasarkan pembukaan rekening melalui *online*.
2. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

1.3 Target

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan magang di Bank Rakyat Indonesia Unit Catur Tunggal:

1. Mampu menjelaskan pembukaan rekening *online* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
2. Mampu menjelaskan strategi pemasaran pembukaan rekening *online* pada Bank BRI Unit Catur Tunggal.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan penulisan dan pembahasan tugas akhir, laporan tugas akhir ini dibagi menjadi beberapa bab dan sub bab, dan isi dari setiap bab adalah sebagai berikut.

Bab 1: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan struktur pertanyaan latar belakang yang mendasari gagasan magang, tujuan magang, manfaat magang, target magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

Bab 2: Landasan Teori

Bab ini berisi penjelasan tentang pengertian bank secara umum, strategi pemasaran, bauran pemasaran, rekening simpanan, dan pembukaan rekening online.

Bab 3: Analisis Deskriptif

Bab ini berisi tentang data yang terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum menggambarkan profil perusahaan, dan data khusus menggambarkan temuan di lapangan berdasarkan topik yang dibahas.

Bab 4: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang penulis sampaikan kepada perusahaan magang berdasarkan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Secara Umum

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 2 tentang perbankan syariah adalah sebagai berikut : bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkan dalam bentuk kredit atau lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Presiden Republik Indonesia). Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana serta memberikan jasa layanan kepada nasabah (Kasmir, 2008). Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang pada umumnya didirikan dengan wewenang untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang (Meggi Meilanti, 2021). Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga intermediari atau penghubung antara nasabah yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, deposito atau bentuk lainnya dan nasabah yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau pembiayaan dan bentuk lainnya serta memberikan jasa layanan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam UU RI No. 7 Tahun 1992 kemudian adanya amandemen UU RI No. 10 Tahun 1998 (Peraturan Pemerintah) yang berisi fungsi dari bank “Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat” (Janah, 2021).

2.1.3 Jenis-jenis Bank

Jenis perbankan menurut Kasmir dalam bukunya (Ikatan Bankir Indonesia, 2014) dapat dibedakan berdasarkan fungsi bank dan kepemilikan bank.

Adapun jenis perbankan dapat ditinjau dari beberapa segi antara lain:

1. Dari Segi Fungsi

Menurut Undang-undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 (Presiden Republik Indonesia, 2022) jenis perbankan ditinjau dari segi fungsi adalah Bank Umum, Bank Tabungan, Bank Tabungan, Bank Pembangunan, Bank Pasar, Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pegawai.

Namun, hal itu berubah setelah berlakunya Undang-Undang Pokok Perbankan No. 7 tahun 1992 dan dikukuhkan oleh Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 1998 (Peraturan Pemerintah, 2022) yang terdiri dari:

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan jasa dan bersifat umum artinya dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Wilayah operasinya luas dan tidak terbatas.

b. Bank Perkreditan Rakyat

Bank perkreditan rakyat adalah bank yang tidak melakukan kegiatan jasa dan bersifat khusus artinya kegiatan yang dilakukan jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum.

2. Dari segi kepemilikan

Jika dilihat dari segi kepemilikan menurut (Kasmir, 2014), terdiri dari:

a. Bank milik pemerintah

Semua keuntungan menjadi milik pemerintah, karena semua modalnya berasal dari pemerintah. Contohnya Bank Negara Indonesia 46 (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Tabungan Negara (BTN).

b. Bank milik swasta nasional

Bank ini dimiliki oleh swasta baik dari segi akte pendirian maupun modalnya sehingga seluruh keuntungan menjadi milik swasta. Contohnya BCA (Bank Central Asia).

c. Bank milik koperasi

Saham bank ini dimiliki oleh perusahaan koperasi. Contohnya Bank Umum Koperasi Indonesia.

d. Bank milik asing

Bank ini merupakan bank dengan kepemilikan dan sahamnya dimiliki oleh pihak luar negeri. Contohnya *American Express Bank*, *Bank of Tokyo*, *European Asian Bank*.

e. Bank milik campuran

Bank ini dimiliki oleh pihak asing dan perorangan dalam negeri. Sebagian besar sahamnya dimiliki oleh masyarakat Indonesia. Misalnya, Bank Sumitomo Niaga, Bank Melincorp, Bank Sakura Swadarma, Bank Finconesia.

3. Dilihat dari segi status

a. Bank devisa

Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri seperti *transfer*, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*,

pembukaan dan pembayaran *letter of credit*. Untuk menjadi bank devisa ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank non-devisa

Bank non devisa adalah bank yang tidak dapat melaksanakan transaksi luar negeri atau apapun yang berhubungan dengan mata uang asing. Sehingga kegiatannya terbatas hanya dalam negeri.

4. Dilihat dari segi cara menentukan harga

a. Prinsip konvensional

Ada dua cara yang digunakan bank konvensional untuk menghasilkan keuntungan yaitu:

1. Menetapkan bunga baik untuk produk simpanan seperti tabungan, giro, deposito maupun produk kredit. Metode ini dikenal dengan *spread based*.
2. Menetapkan biaya dalam jumlah tertentu atau berdasarkan persentase tertentu yang dikenal dengan istilah *fee based*.

b. Prinsip Syariah

Ada lima prinsip yang digunakan oleh bank konvensional dalam mencari keuntungan, yaitu:

1. Prinsip *mudharabah* yaitu keuntungan yang ditentukan berdasarkan bagi hasil.
2. Prinsip *musharakah* yaitu keuntungan yang ditentukan berdasarkan penyertaan modal.
3. Prinsip *murabahah* yaitu jual beli barang.

4. Pembiayaan barang modal menurut prinsip *Ijara* yaitu prinsip sewa murni tanpa pilihan.
5. Prinsip *ijarah wa iqtina* yaitu pembiayaan barang modal dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

2.2 Rekening Simpanan

2.2.1 Giro

Dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 (Peraturan Pemerintah, 2022) adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Giro dapat ditarik setiap saat maksudnya adalah uang yang disimpan dapat ditarik berkali-kali dalam sehari selama dana masih mencukupi dan memenuhi ketentuan dari bank yang bersangkutan.

Jenis-jenis sarana penarikan giro menurut bank dan lembaga keuangan lainnya yaitu:

1. Cek

Cek adalah surat perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank, didalam cek tertulis perintah bahwa bank harus membayar sejumlah uang kepada orang yang disebutkan didalam cek atau siapa saja pemegang cek tersebut.

Artinya pihak bank harus membayar sejumlah uang kepada siapa saja yang membawa cek tersebut untuk diuangkan sesuai dengan persyaratan.

Jenis-jenis cek :

- a. Cek atas nama

Surat perintah dimana didalamnya tertulis nama orang yang berhak menggunakan cek, misalnya bayarlah kepada Andi sejumlah Rp. 3.000.000.

b. Cek atas unjuk

Surat perintah dimana didalamnya tidak dituliskan nama orang atau badan, sehingga cek ini dapat dipakai oleh siapa saja yang memegang. Sebagai contoh didalam cek tersebut bayarlah tunai, atau *cash* atau tidak ditulis kata apapun.

c. Cek silang

Cek ini ditandai dengan tanda silang didalamnya. Fungsi dari cek silang adalah pemindahbukuan dengan cara nontunai.

d. Cek mundur

Merupakan cek yang diberi tanggal mundur dari tanggal sekarang, misalnya hari ini tanggal 16 Juni 2022, namun didalam cek tersebut ditulis tanggal 6 Juni 2022.

e. Cek kosong

Cek kosong adalah cek yang jumlah dananya tidak mencukupi misalnya, seseorang ingin mencairkan cek sebesar 50.000.000 akan tetapi dana yang tersedia hanya 20.000.000. Sehingga bisa dipastikan bahwa cek tersebut kurang jumlahnya dibandingkan dengan jumlah dana yang ada.

2. Bilyet giro

Bilyet giro merupakan surat perintah dari nasabah kepada bank untuk memindahbukukan sejumlah dana dari rekening yang bersangkutan kepada pihak penerima yang disebutkan namanya pada bank yang sama atau bank lain. Pemindahbukuan yang dimaksud disini adalah uang dipindahkan dari rekening nasabah pemberi BG kepada nasabah penerima BG, sebaliknya apabila dipindahbukukan ke rekening dibank yang lain, maka harus melalui proses *kliring*. Masa berlaku sebuah BG adalah 70 hari terhitung mulai dari tanggal penarikannya. Tanggal penarikan berlaku sebagai tanggal efektif jika tanggal efektif tidak dicantumkan dalam cek.

3. Alat pembayaran lainnya

Merupakan surat perintah kepada bank yang dibuat secara tertulis pada kertas yang ditandatangani oleh pemegang rekening atau kuasanya untuk membayar sejumlah uang. Surat perintah ini dapat bersifat tunai maupun pemindahbukuan. Surat ini harus memenuhi beberapa syarat seperti tanda tangan kedua belah pihak, pemberi kuasa dan penerima kuasa, bukti diri dan materai. Pemberian kuasa ini disebabkan karena pemberi kuasa berhalangan sehingga tidak bisa datang langsung ke bank.

2.2.2 Simpanan (Tabungan)

Dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau sarana lain yang dipersamakan dengan itu. Definisi penarikan hanya dapat dibuat berdasarkan

persyaratan awal. Maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan dalam rekening tabungan antara satu bank dengan bank lain, tergantung pada bank penerbitnya. Hal ini juga sejalan dengan kesepakatan antara bank dan nasabah. Misalnya, dalam hal frekuensi penarikan, dua kali seminggu, setiap hari, atau setiap kali, seperti rekening giro. Sedangkan menurut N. Lapoliwa dan Daniel S. Kuswandi dalam (Chaerunnisah, 2020), tabungan adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh orang yang menabung sewaktu-waktu sesuai keinginannya.

Jenis-jenis tabungan menurut (Kasmir, 2014) Perbedaan antara jenis tabungan ini terletak pada fasilitas yang diberikan. Dengan kata lain, nasabah memiliki banyak pilihan dalam hal menabung, meliputi:

1. Tabanas

Ada beberapa jenis tabungan tabanas yaitu Tabanas Umum, Tabanas Pemuda, Tabanas Pelajar, Tabanas Pramuka.

2. Taska

Tabungan ini berkaitan dengan asuransi jiwa.

3. Tabungan Lainnya

Tabungan lainnya adalah tabungan selain Tabanas dan Taska. Masing-masing bank mengeluarkan tabungan yang berbeda dengan bank lainnya dan hal-hal mengenai ketentuan-ketentuan diatur oleh Bank Indonesia (BI).

2.2.3 Deposito

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 1998 pengertian deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu dengan kesepakatan antara penyimpan dan bank. Artinya apabila nasabah menyimpan uangnya dalam bentuk deposito dengan jangka waktu 3 bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan 3 bulan atau saat jatuh tempo.

Adapun jenis-jenis deposito menurut (Kasmir, 2014) adalah sebagai berikut:

1. Deposito berjangka

Merupakan deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu seperti 1,2,3,6,12,18 atau 24 bulan. Deposito ini diterbitkan atas nama perorangan atau lembaga sehingga didalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga.

2. Sertifikat deposito

Merupakan simpanan atas unjuk sehingga dapat dipindahtangankan dan diterbitkan dengan jangka waktu 2,3,6,12, atau 24 bulan.

3. Deposito *on call*

Deposito *on call* merupakan jenis deposito yang dibuat dengan jangka waktu pendek yaitu kurang dari 1 bulan. Deposito ini biasanya berjumlah banyak, sehingga apabila nasabah ingin mencairkan depositonya maka diharuskan untuk memberitahu pihak bank terlebih dahulu.

2.3 Strategi Pemasaran

2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari kata Yunani “umum”. Berasal dari kata *strategos* yang berarti tentara dan berarti memimpin. Strategi sering di kaitkan dengan pemasaran. Arti dari strategi pemasaran adalah suatu cara atau metode yang di gunakan perusahaan untuk dapat mengenalkan produknya kepada konsumen sehingga konsumen memiliki daya tarik dalam membeli produk. Dalam konsep aslinya, strategi didefinisikan sebagai *generalship* atau apa yang dilakukan seorang jenderal untuk merencanakan memenangkan perang (Rakhmayani, 2021). Sedangkan dalam (Ikatan Bankir Indonesia, 2014) strategi pemasaran adalah rencana yang digunakan perusahaan dalam menjual produk, hal ini berkaitan dengan hasil penjualan. Semakin baik strategi yang digunakan maka semakin banyak pula hasil penjualan produk.

2.3.2 Bauran Pemasaran

Pemasaran dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk mendapat keuntungan secara berkelanjutan (Hesti, 2020). Perbankan merupakan industri yang bergerak dibidang jasa sehingga konsep pemasarannya cenderung mengikuti konsep pemasaran untuk produk jasa. Sedangkan yang membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan regulasi yang mengikat dikarenakan bank merupakan lembaga kepercayaan (*trust company*). Bauran pemasaran terdiri atas *product, price, promotion, place* (4P).

1. *Product*

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Ikatan Bankir Indonesia, 2014) produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Selain itu, kualitas dari produk juga mempengaruhi nilai dari produk. Semakin baik kualitas suatu produk maka semakin besar peluang keberhasilan menjual.

2. *Place*

Place merupakan saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi, dimana dengan letak/posisi tempat yang strategis dan baik akan banyak menunjang keberhasilan proses menjual.

3. *Price*

Menurut (Sarwany, 2015) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Sehingga *price* merupakan unsur yang tidak kalah penting. Harga didefinisikan sebagai jumlah yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk. Unsur harga yang menunjang keberhasilan dalam menjual adalah harga khusus (diskon), sistem pembayaran lain yang diatur secara periodik atau bayar dengan cicilan.

4. *Promotion*

Promotion merupakan proses memperkenalkan produk dengan cara atau strategi tertentu. Proses ini sangat penting dalam membangun *image* produk yang mempunyai daya jual tinggi. Beberapa contoh strategi promosi yaitu promosi penjualan khusus, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan (*public relation*) dan pemasaran langsung kepada konsumen sehingga produk kita dapat dikenal masyarakat luas.

2.4. Pembukaan Rekening Online

Perbankan terus melakukan inovasi untuk mengikuti perkembangan teknologi salah satunya dengan adanya pembukaan rekening online. Dengan menggunakan handphone, nasabah bisa melakukan pembukaan rekening online tanpa harus datang ke kantor sehingga tidak perlu mengantri dan bisa diakses 24jam (Ananda, 2021).

Pembukaan rekening secara *online* diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 (Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan, 2022) tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum. Pembukaan rekening *online* ini bertujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu nasabah. Selain itu layanan ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun yaitu 24 jam hanya dengan menggunakan *handphone*.

Syarat pembukaan rekening online yaitu :

1. Kartu Tanda Penduduk
2. NPWP (Opsional)
3. *Handphone* yang dilengkapi dengan kuota internet, nomor *handphone* dan *email* aktif yang digunakan untuk verifikasi pembukaan rekening *online*.

4. Mengisi *form* aplikasi pembukaan rekening
5. Membayar setoran awal buka rekening sesuai jenis tabungan yang dipilih



BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja jauh sebelum kemerdekaan yaitu pada 16 Desember 1895. Pada awalnya bank ini diberi nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* yang berarti bank bantuan dan simpanan milik kaum priyayi Purwokerto yang didirikan tepat di Purwokerto, Jawa Tengah. Pada waktu itu BRI dikhususkan untuk orang-orang Indonesia (pribumi).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 Tahun 1946, disebutkan bahwa BRI merupakan Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Kegiatan BRI sempat terhenti pada 1948 ketika Indonesia berusaha mempertahankan negaranya dari penjajah. Kemudian pada 1949 setelah adanya perjanjian *renville* kegiatan BRI dapat kembali berjalan normal. Pada waktu itu terjadi peleburan BRI dimana dibentuklah sebuah Bank Koperasi Tani dan Nelayan berdasarkan PERPU No. 41 tahun 1960.

Selanjutnya keluarlah Undang-undang No. 21 tahun 1968 (Peraturan Pemerintah, 2022) yang berisi tugas-tugas BRI sebagai bank umum. Kemudian status BRI berubah menjadi Perseroan Terbatas pada 1 Agustus 1992 yang diatur berdasarkan Undang-undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan PP RI No. 21 tahun 1992 dimana kepemilikan saham 100% masih milik pemerintah. Pada 2003 pemerintah sepakat untuk menjual 30% saham BRI sehingga nama BRI berubah

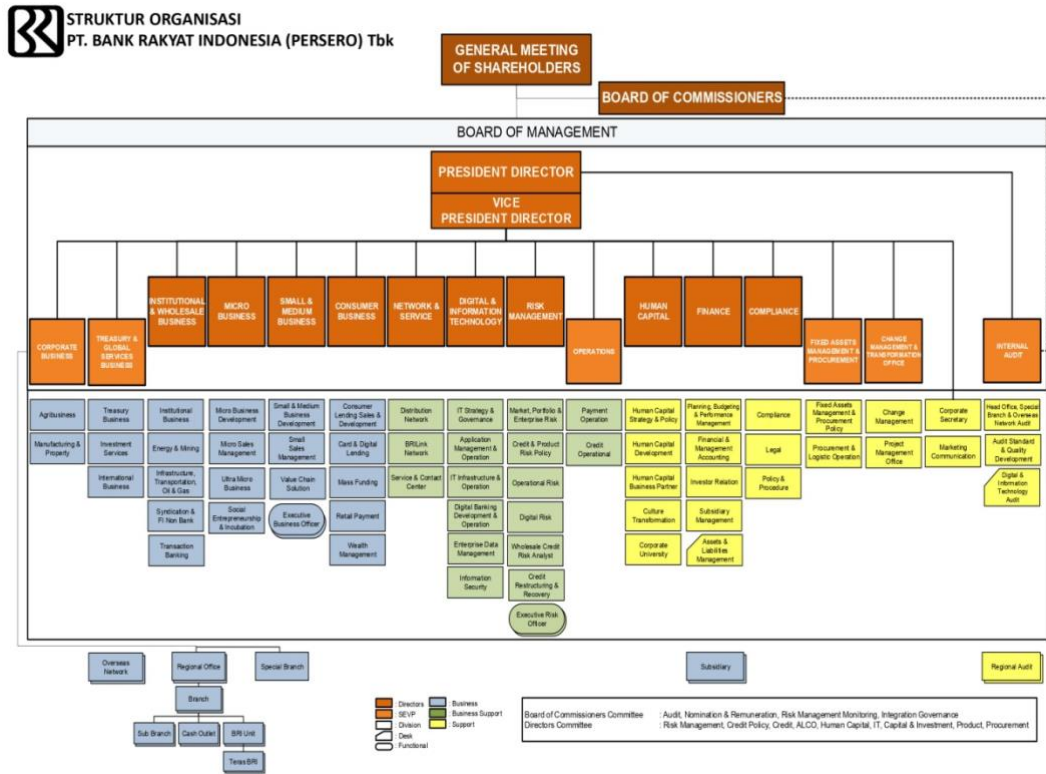
menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Tbk. Hingga saat ini BRI tersebar diseluruh Indonesia dengan 1 kantor pusat, 19 kantor wilayah, 462 kantor cabang, 548 kantor cabang pembantu, 971 kantor kas, 5.293 BRI Unit, 2.457 teras BRI, 610 Teras BRI keliling, 152.443 Jaringan *e-channel* (ATM, EDC, CDM, E-Buzz) diseluruh Indonesia .

3.1.2 Visi Misi BRI

Visi dan misi BRI menurut (Bank Rakyat Indonesia, 2022). Visi BRI yaitu menjadi *demos valuable banking group* di Asia Tenggara dan *champion of financial inclusion*. Kemudian untuk misi dari BRI, sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat
2. Memberikan pelayanan 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. 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.

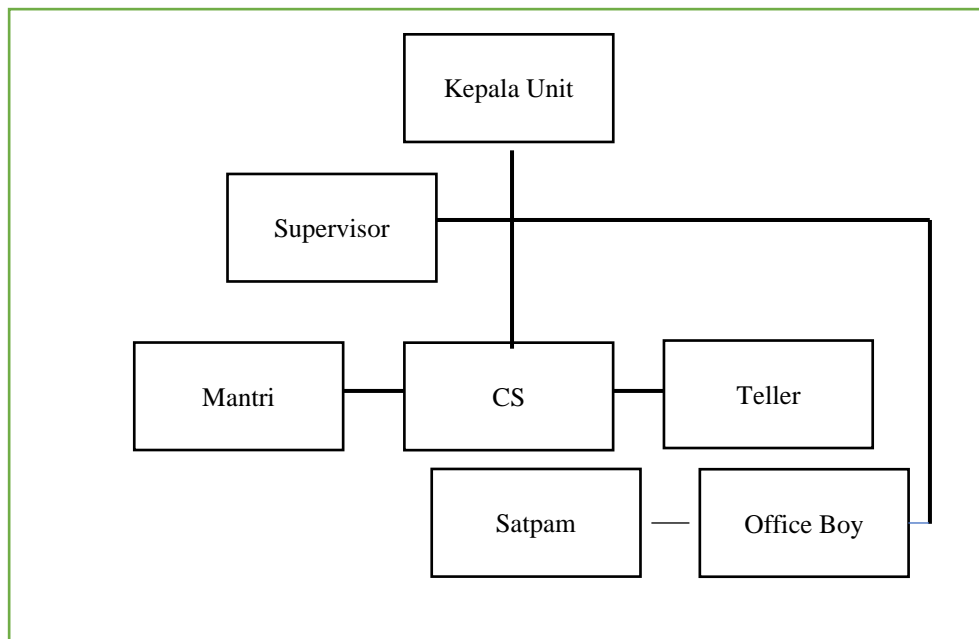
3.1.3 Struktur Organisasi Bank BRI



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BRI

Sumber : PT. Bank Rakyat Indonesia (2022)

Struktur Organisasi Bank BRI Unit Catur Tunggal



Sumber : (Bank Rakyat Indonesia, 2022)

Gambar 3.2 Struktur Organisasi BRI Unit Catur Tunggal

3.1.5 Produk dan Layanan Bank BRI

Bank BRI menawarkan beberapa produk dan layanan yang dapat dijadikan sebagai alternatif pilihan untuk memenuhi beragam kebutuhan nasabah. Produk yang termasuk dalam Bank BRI terdiri dari produk pendanaan yang berfokus pada penghimpunan dana dari pihak ketiga dan produk pembiayaan yang berfokus pada pencarian masyarakat yang membutuhkan dana. Di perusahaan besar, bank mengembangkan produk BRI, yang terdiri dari:

1. Produk Pendanaan

Produk dana dalam Bank BRI sebagai berikut:

- a. Tabungan BRI Simpedes

Tabungan BRI Simpedes adalah tabungan dengan mata uang rupiah. Pembukaan tabungan BRI Simpedes dapat dilakukan disemua kantor BRI. Untuk setoran awalnya hanya Rp 50.000.

b. Tabungan BRI Britama

Tabungan BRI Britama hampir sama dengan Tabungan BRI Simpedes. Perbedaan dari keduanya terletak pada keunggulan yang dimiliki oleh Tabungan BRI Britama. Nasabah dapat memperoleh keuntungan jika menggunakan produk ini seperti transaksi *real time*, aksesibilitas, asuransi kecelakaan diri, fasilitas *e-banking*, dan suku bunga kompetitif.

c. Tabungan BRI Britama bisnis

Tabungan ini diperuntukkan khusus untuk para pebisnis. Beberapa keunggulan yang diperoleh nasabah yaitu gratis biaya administrasi, pencatatan transaksi dibuku tabungan lebih detail, adanya layanan *internet banking*, transaksi *real time*, aksesibilitas.

d. Tabungan BRI Britama X

Tabungan ini diperuntukkan khusus untuk anak muda. *Design* kartu dibuat elegan sehingga memiliki daya tarik tersendiri. Beberapa keunggulan dari tabungan ini yaitu *design* elegan pada kartu yang berlogo *mastercard*, transaksi *real time online*, aksesibilitas kartu, gratis *cover* asuransi, dan adanya layanan *e-banking*.

e. Tabungan BRI Simpedes TKI

Tabungan BRI Simpedes TKI khusus dibuat untuk para Tenaga Kerja Indonesia untuk mempermudah transaksi. Penyaluran atau penampungan gaji TKI dapat dilakukan melalui tabungan ini.

f. Tabungan Haji

Tabungan Haji dibuat untuk nasabah yang ingin mempersiapkan biaya penyelenggaraan ibadah haji. Beberapa keunggulan yang dapat diperoleh nasabah yaitu gratis biaya administrasi, gratis asuransi kecelakaan dan asuransi jiwa, penarikan tidak dibatasi, dan diberikan souvenir perlengkapan haji.

g. Tabungan Britama Rencana

Merupakan tabungan investasi dengan setoran tetap setiap bulannya. Nasabah yang menggunakan tabungan ini secara otomatis akan mendapat asuransi jiwa.

h. Tabungan Britama Valas

Berbeda dengan tabungan lainnya, tabungan ini menggunakan mata uang asing. Beberapa keuntungan menggunakan tabungan ini yaitu kemudahan transaksi, asuransi kecelakaan, dan penyetoran dapat dilakukan menggunakan mata uang rupiah maupun jenis mata uang lainnya.

i. Tabungan Junio

Merupakan tabungan yang khusus dibuat untuk anak-anak. Tabungan ini dibuat dengan design yang menarik seperti gambar binatang pada kartu dan buku tabungan.

j. Tabungan BRI Simple

Tabungan ini dibuat khusus untuk anak-anak dengan persyaratan yang mudah dan praktis. *Fitur* yang diberikan pada tabungan ini menarik seperti gratis biaya administrasi bulanan, setoran awal minimal Rp 5.000.

k. TabunganKu

TabunganKu adalah salah satu produk simpanan yang tujuannya untuk menumbuhkan budaya menabung di Indonesia serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

l. Deposito Rupiah

Simpanan berjangka dalam mata uang Rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga yang menarik dan beragam keuntungan lainnya.

m. Deposito Valas

Simpanan berjangka dalam mata uang asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga menarik dan beragam keuntungan lainnya.

n. Deposito *Internet Banking*

Deposito *Internet Banking* merupakan produk Deposito yang menawarkan suku bunga kompetitif dapat dengan mudah diakses melalui *internet*.

o. Giro BRI Rupiah

Jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan warkat (Cek/Bilyet Giro), kartu ATM atau surat perintah lainnya.

p. Giro BRI Valas

Jenis simpanan dalam mata uang asing yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan surat perintah penarikan yang telah ditentukan oleh BRI.

2. Produk Pembiayaan

a. KUR

Kredit modal kerja dan/atau kredit investasi dengan *plafond* kredit sampai dengan Rp 500 juta diberikan kepada koperasi dengan usaha mikro, UKM, dan perusahaan produktif yang dijamin oleh penjamin.

b. Kupedes

Pinjaman bunga kompetitif secara inheren umum disemua sektor ekonomi, memenuhi persyaratan dan ditunjukkan kepada individu (perusahaan dan individu) yang ditawarkan di semua unit BRI dan teras BRI.

c. Kredit modal kerja dan investasi

Kredit *line* untuk membiayai operasional bisnis seperti pengadaan bahan baku, proses produksi, piutang, dan persediaan.

d. Kredit pangan

Kredit investasi dan/atau modal kerja komersial khusus di bidang pangan yang diberikan dalam rangka mendukung kedaulatan pangan dan kemaritiman

e. Resi gudang

Pinjaman dengan resi gudang yang dijamin bank kepada petani, kelompok tani, gapoktan dan koperasi. Hingga 6 tahun. Batas atas jumlah pergudangan 70% Suku bunga efektif 6% per tahun.

f. Kredit kemitraan

Pendanaan dari program kemitraan untuk mendanai modal kerja dan/atau pembelian aset tetap untuk meningkatkan produksi dan penjualan

3. Jasa Perbankan

a. *Bill payment*

Bill Payment adalah sarana pembayaran tagihan publik dengan memanfaatkan fasilitas ATM dan layanan di *Teller* BRI.

b. Jasa penerimaan setoran

BRI memiliki produk yang dapat membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari misalnya pembayaran listrik, gaji pegawai, pembayaran gaji pensiun.

c. Transaksi *online*

Transaksi *online* adalah transaksi antar rekening yang dapat diakses diseluruh kantor Bank Rakyat Indonesia yang telah memiliki *standarisasi online*.

d. Transfer dan LLG

Jasa layanan *transfer* antar bank dengan mata uang rupiah atau valuta asing dengan menggunakan sistem *kliring*.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Tabungan Online Pada Bank Rakyat Indonesia.

Menurut data yang didapat dari web bukarekeningbri.co.id, ada beberapa produk tabungan yang bisa dibuka melalui *online* sehingga harapannya dapat memudahkan proses transaksi nasabah. Umumnya persyaratan pembukaan rekening *online* Bank BRI menggunakan KTP sebagai identitas diri, nomor handphone yang masih aktif dan terdapat pulsa minimal Rp 5.000,00 serta *email* aktif yang digunakan untuk keperluan *verifikasi*. Perbedaan dari persyaratan tabungan ini terletak pada setoran awal dan limit transaksi yang bisa dilakukan oleh nasabah. Produk tabungan yang bisa dibuka melalui online yaitu:

1. Tabungan BRI Britama

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 250.000,00.
Pemeliharaan kartu	Rp 6.500.
Administrasi perbulan	Rp 12.000,00.
Saldo mengendap	Rp 50.000,00.

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 15.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 25.000.000
Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 100.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 100.000.000

2. Tabungan BRI Britama X

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 100.000
Pemeliharaan kartu	Gratis
Administrasi perbulan	Rp 6.000
Saldo mengendap	Rp 50.000

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 10.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 10.000.000

Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 50.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 50.000.000

3. Tabungan BRI Britama Bisnis

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 1.000.000
Pemeliharaan kartu	Gratis
Administrasi perbulan	Gratis (Rata-rata saldo min. 5juta)
Saldo mengendap	Rp 50.000

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 25.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 25.000.000
Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 100.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 200.000.000

4. Tabungan BRI Simpedes

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 50.000
Pemeliharaan kartu	GPN Classic Rp 2.500, GPN Gold Rp 6.000
Administrasi perbulan	Rp 5.500
Saldo mengendap	Rp 25.000

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 15.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 25.000.000
Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 100.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 100.000.000

5. Tabungan BRI Simpedes Bisa

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 50.000
------------	-----------

Pemeliharaan kartu	GPN Classic Rp 2.500, GPN Gold Rp 6.000
Administrasi perbulan	-
Saldo mengendap	-

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 15.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 25.000.000
Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 100.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 100.000.000

6. Tabungan BRI Britama Pro

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 100.000
Pemeliharaan kartu	Gratis
Administrasi perbulan	Rp 6.000
Saldo mengendap	Rp 50.000

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 10.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 10.000.000
Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 50.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 50.000.000

7. Giro BRI

Beberapa biaya yang akan dikenakan apabila menggunakan tabungan ini yaitu:

Saldo awal	Rp 250.000
Pemeliharaan kartu	Rp 6.500
Administrasi perbulan	Rp 12.000
Saldo mengendap	Rp 50.000

Limit transaksi

Tarik tunai menggunakan kartu debit	Rp 20.000.000
Transfer dengan ATM	Rp 15.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i>	Rp 25.000.000

Transfer dengan ATM (sesama BRI)	Rp 100.000.000
Transfer melalui <i>mobile banking</i> (sesama BRI)	Rp 100.000.000

3.2.2 Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening *Online* pada Bank BRI Unit Catur Tunggal.

1. Strategi *product*

Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh produsen atau perusahaan. Produk dibuat untuk memenuhi kebutuhan nasabah atau masyarakat. Produk tabungan *online* yang ditawarkan oleh BRI yaitu Tabungan BRI Britama, Tabungan BRI Britama X, Tabungan BRI Britama Bisnis, Tabungan BRI Simpedes, Tabungan BRI Simpedes Bisa, Tabungan BRI Britama Pro, Giro BRI. Dengan menawarkan kepada masyarakat mengenai *benefit* atau keuntungan yang bisa didapatkan apabila menabung di bank. Misalnya saja mengenai keamanan, menabung di bank lebih aman dibandingkan menabung di rumah. Di wilayah Catur Tunggal, masyarakat lebih mengenal Bank BRI dibandingkan dengan bank lainnya sehingga berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membuka rekening di Bank BRI.

2. Strategi *price*

Selain produk, harga merupakan komponen penting dalam bauran pemasaran. Laku atau tidaknya suatu produk salah satu penentunya adalah

harga. Apabila kita salah dalam menentukan harga maka akan berpengaruh pada hasil penjualan. Pembukaan rekening online bank BRI sudah mematok harga mulai dari Rp 50.000,00.

3. Strategi *place*

Setelah pembukaan rekening *online* berhasil, nasabah diminta untuk datang ke kantor dengan keperluan melakukan setoran awal di *teller* dengan ketentuan hanya diberi waktu paling lambat 24 jam setelah pembukaan rekening *online*. Kantor Bank BRI terletak di tempat yang tergolong strategis yaitu di Desa Catur Tunggal, desa ini merupakan penghubung dari beberapa desa di Kecamatan Mesuji Makmur, selain itu letak BRI di tengah desa dekat dengan pasar, minimarket dan lapangan sehingga lalu lintas setiap harinya ramai. Bank BRI Kantor Unit Catur Tunggal mendesain kantor yang minimalis, rapi, dan bersih sehingga nasabah nyaman apabila bertransaksi di kantor. *Marketing funding* dari Bank BRI juga melayani penjemputan tabungan atau setoran langsung di rumah nasabah, sehingga hal tersebut dapat memudahkan nasabah. Selain itu, apabila bertransaksi di luar kantor *marketing* lebih leluasa dalam memasarkan produknya kepada nasabah karena tidak terbatas oleh waktu dan tempat.

4. Strategi *promotion*

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Bank BRI melakukan dua cara dalam promosi yaitu promosi secara langsung (tatap muka) dan promosi secara tidak langsung (*online*). Promosi dapat

dikatakan cara paling menarik untuk mendapatkan nasabah atau mempertahankan nasabah. Dalam ini promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Catur Tunggal yaitu dengan cara:

- a. Periklanan dengan memanfaatkan media massa dalam memasarkan produk tabungan online BRI yaitu dengan cara membagikan brosur yang didesain *simple* dan menarik sehingga menambah daya tarik nasabah dalam membaca, lalu memasang spanduk yang berisi ajakan menabung di Bank yang dipasang ditempat strategis seperti pasar, minimarket.
- b. Promosi penjualan yaitu promosi yang menarik nasabah agar mau membeli produk yang kita tawarkan. Promosi penjualan yang dilakukan oleh bank BRI yaitu dengan memberikan *doorprice* berupa hadiah-hadiah misalnya kipas angin, setrika, atau alat elektronik lainnya kepada nasabah yang loyal.
- c. *Publitas* yaitu cara bank dalam berbaur dengan masyarakat atau menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sehingga dapat diterima baik. Bank BRI melakukan cara dengan menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan desa seperti turnamen antardesa, ulang tahun desa.
- d. Penjualan pribadi yaitu penjualan yang dilakukan oleh seluruh pegawai bank BRI. Penjualan pribadi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk bank. Salah satu yang dilakukan adalah *cross selling* dimana seorang *marketing funding* atau

costumer service menawarkan produk baru kepada nasabah yang sebelumnya sudah menggunakan produk bank.

- e. *Marketing funding* melakukan pendekatan secara langsung yaitu menawarkan produknya dengan berkunjung langsung kerumah warga di desa khususnya desa catur tunggal. Diharapkan dengan adanya penjualan yang sifatnya langsung dapat meningkatkan penjualan karena nasabah lebih mengetahui secara mendalam tentang produk yang dimiliki Bank BRI.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang telah dibuat mengenai strategi pemasaran pada pembukaan rekening *online* Bank BRI Unit Catur Tunggal:

1. Produk tabungan yang dapat dibuka secara *online* yaitu Tabungan BRI Britama, Tabungan BRI Britama X, Tabungan BRI Britama Bisnis, Tabungan BRI Simpedes, Tabungan BRI Simpedes Bisa, Tabungan BRI Britama Pro, Giro BRI. Perbedaan dari jenis tabungan yaitu terletak pada jumlah setoran awal dan limit transaksi yang bisa dilakukan oleh setiap nasabah. Pada tabungan BRI setoran awal paling kecil yaitu tabungan BRI Simpedes dengan jumlah setoran awalnya hanya Rp 50.000,- dengan limit transaksi sampai dengan Rp 100.000.000,-
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI dalam memasarkan produknya dengan mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product, price, place, promotion*. Strategi produk, BRI membuat produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan fitur dan keuntungan beragam, selain itu BRI membuat slogan tentang tingkat keamanan menabung di BRI lebih aman dibandingkan menabung di rumah. Strategi harga, BRI menentukan harga melalui berbagai macam pertimbangan seperti limit transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah semakin tinggi limit transaksi yang dibutuhkan maka harga yang ditawarkan untuk nasabah akan

semakin tinggi pula, dalam hal ini BRI menjual produk tabungan dengan setoran awal paling rendah Rp 50.000,-. Strategi tempat, kantor BRI terletak dipusat desa sehingga lalu lintas ramai setiap harinya, selain itu BRI mendesain kantor yang nyaman untuk digunakan nasabah bertransaksi setiap harinya dengan kebersihan dan kerapian. Strategi promosi, BRI menggunakan promosi langsung dan tidak langsung. Promosi langsung dilakukan dengan cara mendatangi langsung kerumah warga dan memberikan penjelasan terkait produk dilengkapi brosur. Promosi tidak langsung dilakukan oleh seluruh karyawan BRI melalui media sosial masing-masing.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan tersebut, maka ada beberapa hal yang bisa disarankan kepada Bank BRI Unit Catur Tunggal. Saran yang diberikan antara lain:

1. Bank BRI sebaiknya menambah inovasi dari segi biaya setoran awal yang dianggap terlalu mahal untuk masyarakat yang tinggal didesa dengan penghasilan minimum. Diharapkan Bank BRI dapat mengeluarkan inovasi biaya setoran awal yang sesuai dengan kemampuan dari nasabah misalnya Rp20.000,-.
2. Jaringan internet di Desa Catur Tunggal kurang stabil sehingga berpengaruh terhadap pembukaan rekening *online*. Terutama ketika sedang mati lampu, signal sama sekali tidak ada. Selain itu BRI diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya pada bidang *marketing* seperti sosialisasi mengenai pembukaan rekening *online* hal ini dapat dilakukan

dengan membuat video singkat mengenai tatacara membuka rekening *online* dan dipublikasikan lewat media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, L. (2021). *Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang*.
- Bank Rakyat Indonesia. (2022a). *Struktur Organisasi Bank BRI*.
<https://bri.co.id/struktur-organisasi>
- Bank Rakyat Indonesia. (2022b). *Struktur Organisasi Bank BRI Kantor Unit Catur Tunggal*. <https://www.daftarperusahaan.com/bank/bank-bri-unit-catur-tunggal>
- Bank Rakyat Indonesia. (2022c). *Visi Misi Bank Rakyat Indonesia*.
<https://bri.co.id>
- Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Pjok Nomor 12 Tahun 2018*.
- Hesti, M. (2020). *Analisisstrategipemasaranproduktabunganemaspadapt. Pegadaian(Persero)Upctelukkuantan Dalampeningkatan Jumlahnasabah*.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (ke-1)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Janah, B. R. (2021). *Strategi Pemasaran Produk “Tabungan Ib Hijrah Rencana” Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Nganjuk. II, 3*.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Linnya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, D. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (Revisi 201)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Lisa Chaerunnisah, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tapenas Ib Hasanah Pada Pt. Bannk Bni Syariah Kantor Cabang Jakarta Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis, I*, 110.
<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/Jumabi>
- Meggi Meilanti, L. F. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan, Giro, dan Deposito PT. Bank Sinarmas Tbk. Cabang Dumai. 31*.
- Peraturan Pemerintah. (2022a). *UU Nomor 10 Tahun 1998*.
- Peraturan Pemerintah. (2022b). *UU Nomor 21 Tahun 1968*.

Presiden Republik Indonesia. (n.d.). *UU Nomor 21 Tahun 2008*.

Presiden Republik Indonesia. (2022). *UU Nomor 14 Tahun 1967*.

Rakhmayani, H. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19. I.*

Sarwany, D. (2015). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Maburur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang*.

Soedarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

UU No. 21 Tahun 2008. (n.d.). <https://www.ojk.go.id>



LAMPIRAN

Sertifikat Magang



Brosur Tabungan Online

BUMI UNTUK INDONESIA

#BUKA REKENING JAMANNOW

BANK BRI

GAK PAKE KE BANK
Scan QR Code ini
bukarekening.bri.co.id

Tabungan BRI
BritAma

*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 persyamian LPS

CONTACT BRI 14017 / 1500017 | www.bri.co.id | [f](#) BANK BRI | [t](#) @promo_BRI