

**MEKANISME PEMASARAN PRODUK EDC BRILINK PADA  
PT BANK BRI (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU  
PASAR COLOMBO DI YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Adimas Bagus Bimantara**  
**No.Mahasiswa : 14213027**  
**Jurusan : Keuangan dan Perbankan**

**Program Studi Keuangan dan Perbankan  
Program Diploma III Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia  
2018**

**HALAMAN PENGESAHAN  
MAGANG**

**MEKANISME PEMASARAN PRODUK EDC BRILINK PADA  
PT BANK BRI (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU  
PASAR COLOMBO DI YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh :**

**Nama** : Adimas Bagus Bimantara  
**No.Mahasiswa** : 14213027  
**Jurusan** : Keuangan dan Perbankan

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pada tanggal:  
Dosen Pembimbing**



**(Aidha Trisanty, SE., MM, CCS)**

## 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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku

Yogyakarta, 06 Februari 2018

Penulis



Adimas Bagus Bimantara

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, shalawat serta salam yang senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, atas terselesaikannya laporan magang ini dengan judul “Mekanisme Pemasaran Produk *EDC BRILINK* Pada PT Bank BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta”.

Terselesaikannya laporan magang ini tentunya tidak lepas dari dukungan banyak pihak yang membantu baik dalam hal moral maupun materi. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak antara lain:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya yang begitu melimpah.
2. Orang tua dan saudara dengan kasih sayangnya yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat baik moril maupun material.
3. Ketua Program Diploma III, Staff Pengajar, dan Staff Administrasi Program Diploma III Fakultas Ekonomi UII yang telah melancarkan kegiatan magang.
4. Aidha Trisanty, SE., MM, CCS selaku ketua progam studi perbankan dan dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.

5. Pihak BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta yang telah memberikan izin dan banyak membantu dalam kegiatan magang.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Keuangan dan Perbankan angkatan 2014 atas kebersamaan dan motivasinya.

Yogyakarta, 06 Februari 2018

Penulis

Adimas Bagus Bimantara

## DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN MAGANG.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran .....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang.....	3
1.4 Bidang Magang .....	4
1.5 Lokasi Magang .....	4
1.6 Jadwal Magang.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Pengertian Lembaga Keuangan.....	8
2.2 Bank.....	10
2.2.1 Pengertian Bank.....	10
2.2.2 Kegiatan dan Produk Bank .....	14
2.3 Pengertian Mekanisme Pemasaran.....	26
2.4 Riset Pemasaran.....	27
2.5 Mekanisme Pasar.....	29
2.6 Bauran Pemasaran .....	30
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF.....	32
3.1 DATA UMUM .....	32
3.1.1 Sejarah Bank Rakyat Indonesia (BRI).....	32
3.1.2 Visi dan Misi BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta.....	34

3.1.3 Budaya Kerja BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta.....	34
3.1.4 Struktur Organisasi Bank BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta .....	35
3.1.5 Produk dan Layanan Jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta .....	40
3.2 Data Khusus .....	44
3.2.1 Produk EDC Brilink BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta.....	44
3.2.2 Mekanisme Pemasaran Produk Layanan <i>EDC BRILINK</i> BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta.....	52
BAB IV PENUTUP .....	58
4.1 Kesimpulan.....	58
4.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Magang.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan kegiatan lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.....	8
Tabel 2.2 Tugas, Klasifikasi, dan Sifat Perbankan.....	10
Tabel 2.3 Perbedaan deposito berjangka dan sertifikat deposito.....	15
Tabel 3.1 Mekanisme Pemasangan Mesin <i>EDC BRILINK</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi Gambar.....	4
Gambar 2.2 Kegiatan Bank.....	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta.....	34

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran**

Secara umum lembaga keuangan mempunyai peranan penting dalam sistem perekonomian bagi suatu negara. Pengertian lembaga keuangan menurut SK Menkeu RI No.792 Tahun 1990 adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, akan tetapi hal tersebut tidak berarti secara langsung membatasi kegiatan lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Selain itu fungsi yang dimiliki oleh lembaga keuangan pada suatu negara adalah sebagai tempat sirkulasi (perputaran) serta mengontrol uang yang beredar di masyarakat.

Masyarakat mengenal lembaga keuangan dalam 2 (dua) bentuk: lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Salah satu lembaga yang saat ini diminati oleh masyarakat di Indonesia pada khususnya adalah lembaga keuangan bank (sektor perbankan). Lembaga keuangan bank dalam usaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat, khususnya perbankan yang berada di Indonesia membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2004:7) adalah suatu proses *social* dan *manajerial* di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu

yang bernilai satu sama lain. Proses pemasaran saat ini, merupakan suatu tantangan besar bagi seorang *marketing* suatu bank karena semakin berkembangnya pengetahuan masyarakat tentang keunggulan yang dimiliki oleh setiap lembaga keuangan (bank). Hal ini dikarenakan persaingan pada sektor perbankan yang berada di Indonesia sangatlah ketat.

Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998 (perubahan Undang-Undang Tahun 1992 Tentang Perbankan) yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. Di Indonesia terdapat 2 (dua) jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk.

BRI merupakan bank terbesar milik pemerintah Indonesia yang memberikan pelayanan di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu usaha terbaru yang dilakukan oleh BRI dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat adalah dengan peluncuran satelit Bank BRI (BRISAT). Peluncuran satelit tersebut dilakukan pada tanggal 16 Juni 2016 yang lalu. Hal ini juga menjadikan BRI satu-satunya bank di Indonesia yang memiliki satelit pribadi. Selain itu BRI selalu berusaha memberikan produk-produk dan pelayanan yang inovatif dan kompetitif demi memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, *klien*, maupun masyarakat pada umumnya. Salah satu produk layanan yang dimiliki oleh BRI adalah *EDC BRILINK*. *EDC*

(*Electronic Data Capture*) adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit dan kartu *prepaid* yang diletakkan di *merchant*. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengambil judul **“MEKANISME PEMASARAN PRODUK EDC BRILINK PADA PT BANK BRI (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU PASAR COLOMBO DI YOGYAKARTA”**.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan dilaksanakan magang adalah :

1. Untuk mengetahui produk jasa *EDC BRILINK* pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta,
2. Untuk mengetahui mekanisme pemasaran produk *EDC BRILINK* pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta.

## **1.3 Target Magang**

Target Magang adalah :

1. Mampu menjelaskan produk jasa *EDC BRILINK* pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta,
2. Mampu menjelaskan mekanisme pemasaran produk *EDC BRILINK* pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta.

### 1.4 Bidang Magang

Magang dilaksanakan pada bagian *marketing funding* Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo di Yogyakarta.

### 1.5 Lokasi Magang

Magang dilaksanakan di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kaliurang No.15 KM 7, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281, Indonesia. Berikut gambar peta lokasi magang:



Gambar 1.1 Peta Lokasi Gambar



## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

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

### **BAB II Landasan Teori**

Pada bab ini penulis menguraikan berbagai teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah dan berisi tentang pengertian lembaga keuangan, pengertian perbankan, kegiatan dan produk perbankan, pengertian pemasaran, riset pemasaran, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran.

### **BAB III Analisis Deskriptif**

#### **3.1 Data Umum**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum tentang sejarah berdirinya PT Bank Rakyat Indonesia (BRI), visi dan misi, budaya kerja BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo Yogyakarta, serta struktur organisasi BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo Yogyakarta.

#### **3.2 Data Khusus**

Pada bab ini berisi tentang data khusus penulis memaparkan data khusus tentang penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo Yogyakarta.

#### BAB IV Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil akhir dari pengamatan dan penjabaran bab sebelumnya dan keluaran yang dihasilkan adalah rekomendasi/saran kebijakan terhadap masalah yang terdapat di perusahaan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Lembaga Keuangan**

Secara umum lembaga keuangan mempunyai peranan penting dalam sistem perekonomian bagi suatu negara. Pengertian lembaga keuangan menurut SK Menkeu RI No.792 Tahun 1990 adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, akan tetapi hal tersebut tidak berarti secara langsung membatasi kegiatan lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Selain itu fungsi yang dimiliki oleh lembaga keuangan pada suatu negara adalah sebagai tempat sirkulasi (perputaran) serta mengontrol uang yang beredar di masyarakat.

Lembaga keuangan yang berada di suatu negara harus selalu berada dalam kondisi yang sehat, baik secara jangka pendek ataupun jangka panjang. Hal ini disebabkan karena ketidakstabilan pada suatu sektor lembaga keuangan akan berdampak pada kondisi makro ekonomi suatu negara. Selain itu lembaga-lembaga keuangan memiliki peran dan fungsi dalam menyalurkan dana dari para pemilik dana kepada para peminjam. Masyarakat mengenal lembaga keuangan dalam 2 (dua) bentuk yaitu: lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.

Tabel 2.1 Perbedaan kegiatan lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank

Kegiatan	Lembaga Keuangan	
	Lembaga Keuangan Bank	Lembaga Keuangan Non Bank
Penghimpunan Dana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara langsung berupa simpanan dana masyarakat (tabungan, giro, dan deposito)</li> <li>• Secara tidak langsung dari masyarakat (kertas berharga, penyertaan pinjaman/kredit dari lembaga lainnya)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hanya secara tidak langsung dari masyarakat (terutama melalui kertas berharga dan bisa juga dari penyertaan pinjaman/kredit dari lembaga lain)</li> </ul>
Penyaluran Dana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk tujuan modal kerja, investasi, dan konsumsi</li> <li>• Kepada badan usaha dan individu</li> <li>• Untuk jangka pendek, menengah, dan panjang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terutama untuk tujuan investasi</li> <li>• Terutama kepada badan usaha</li> <li>• Terutama untuk jangka menengah dan panjang</li> </ul>

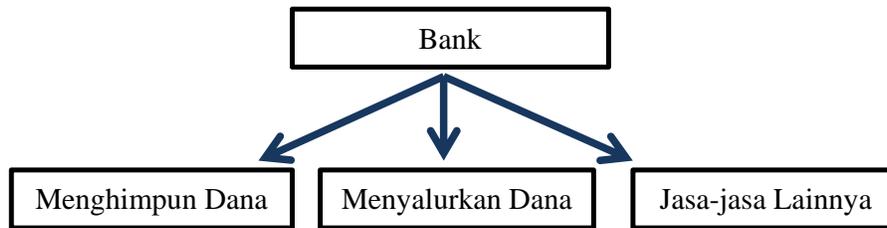
Sumber : Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi (Fahmi Irham 2014:14)

## **2.2 Bank**

### **2.2.1 Pengertian Bank**

Hampir di seluruh sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan seperti halnya tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, dan melakukan penagihan pasti akan selalu membutuhkan jasa bank. Selain itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dapat dikatakan sebagai tolak ukur perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, kemajuan suatu bank di negara tertentu dapat pula dijadikan ukuran kemajuan ekonomi negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan suatu perekonomian negara tersebut. Artinya keberadaan perbankan semakin dibutuhkan oleh pemerintah maupun masyarakat dalam suatu negara.

Menurut Kasmir (2012: 3) seperti yang tertulis pada kutipan di bawah ini, pengertian bank yaitu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Kemudian menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat.



Gambar 2.2 Kegiatan Bank

Selain itu, penting juga memahami beberapa pengertian mendasar tentang bank seperti tugas, klasifikasi, serta sifat industri yang di jalankan oleh perbankan sebagai berikut:

Tabel 2.2 Tugas, Klasifikasi, dan Sifat Perbankan

Pengertian	Definisi
1. Tugas Bank	1. Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menetapkan sasaran moneter dengan memperhatikan inflasi yang ditetapkan</li> <li>b. Melakukan pengendalian moneter dengan menggunakan cara-cara termasuk, tetapi tidak terbatas pada hal-hal berikut:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operasi pasar terbuka di pasar uang, baik rupiah maupun valuta asing.</li> <li>• Penetapan tingkat diskonto.</li> <li>• Penetapan cadangan wajib minimum.</li> <li>• Pengaturan kredit dan pembiayaan.</li> </ul> </li> </ol> 2. Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melaksanakan dan memberikan persetujuan dan izin atas jasa sisa pembayaran;</li> <li>b. Mewajibkan penyelenggara jasa sistem pembayaran untuk menyampaikan tentang kegiatannya;</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Menetapkan penggunaan alat pembayaran;</li> <li>d. Mengatur dan mengawasi bank.</li> </ul>
2. Klasifikasi Bank	<p>Jenis bank berdasarkan fungsinya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bank Sentral, yaitu Bank Indonesia, bertugas mengatur kebijakan dalam bidang keuangan (moneter) dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia</li> <li>b. Bank Umum, yaitu bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.</li> <li>c. Bank Perkreditan Rakyat, yaitu bank yang dapat menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, atau bentuk yang lainnya.</li> <li>d. Bank Umum yang khusus untuk melaksanakan kegiatan tertentu, yaitu melaksanakan kegiatan pembiayaan jangka panjang, pembiayaan untuk mengembangkan koperasi, pengembangan pengusaha golongan ekonomi lemah/pengusaha kecil, pengembangan ekspor nonmigas, dan pembangunan perumahan.</li> </ul> <p>Jenis bank berdasarkan kepemilikannya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bank Umum Milik Negara, yaitu bank yang hanya dapat didirikan berdasarkan undang-undang</li> <li>b. Bank Umum Swasta, yaitu bank yang didirikan dan menjalankan usaha golongan pengusaha tertentu setelah mendapatkan izin dari Menteri Keuangan.</li> <li>c. Bank Campuran, yaitu bank yang didirikan bersama-sama oleh satu atau lebih bank umum yang berkedudukan di Indonesia dan didirikan oleh WNI atau Badan Hukum Indonesia dengan satu atau lebih yang berkedudukan di luar negeri.</li> <li>d. Bank Pembangunan Daerah, yaitu bank milik pemerintah daerah.</li> <li>e. Bank Syariah, yaitu bank yang menerapkan prinsip perbankan berdasarkan syariah islam.</li> </ul> <p>Jenis bank menurut kegiatannya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Corporate Bank</i> - pelayanan berskala besar.</li> <li>b. <i>Retail Bank</i> – pelayanan berskala kecil.</li> <li>c. <i>Retail Corporate Bank</i> – pelayanan berskala besar dan kecil.</li> </ul> <p>Jenis bank menurut status dan kedudukannya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bank Devisa, adalah bank yang dalam kegiatan usahanya dapat melakukan transaksi dalam valuta asing, baik dalam hal penghimpunan dan penyaluran dana, serta dalam pemberian jasa-jasa</li> </ul>

	<p>keuangan. Dengan demikian, bank devisa dapat melayani secara langsung transaksi-transaksi dalam skala internasional.</p> <p>b. Bank Non-Devisa, adalah bank umum yang masih berstatus non-devisa yang hanya dapat melayani transaksi-transaksi di dalam negeri (domestik). Bank umum non-devisa dapat meningkatkan statusnya menjadi bank devisa setelah memenuhi ketentuan-ketentuan, antara lain volume usaha minimal mencapai jumlah tertentu, tingkat kesehatan, dan kemampuannya dalam memobilisasi dana, serta memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dalam valuta asing.</p>
3. Sifat Industri Perbankan	<p>Ada dua sifat khusus industri perbankan, yaitu:</p> <p>a. Salah satu subsistem industri jasa keuangan yang berfungsi sebagai jantung atau motor penggerak roda perekonomian suatu negara yang mencerminkan indikator kestabilan tingkat perekonomian suatu negara;</p> <p>b. Suatu industri yang sangat bertumpu pada kepercayaan masyarakat sebagai salah satu modal utama.</p> <p>Mengingat adanya dua sifat khusus tersebut, industri perbankan adalah industri yang diatur sangat ketat oleh pemerintah. Perubahan fungsi dan penagakannya harus dilakukan sangat hati-hati dengan memperhatikan akibat yang ditimbulkannya dari sisi perekonomian negara dan kepercayaan masyarakat yang harus diperhatikan dengan seksama.</p>

Sumber : Memahami Bisnis Bank (Ikatan Bankir Indonesia 2013:7)

### **2.2.2 Kegiatan dan Produk Bank**

Bank sebagai lembaga keuangan yang juga berorientasi pada bisnis, juga melakukan berbagai kegiatan. Kegiatan bank sehari-hari pun tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Kegiatan bank yang paling pokok adalah menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Dalam praktiknya kegiatan bank dibedakan sesuai dengan jenis (klasifikasi) bank tersebut.

Setiap jenis bank memiliki ciri dan tugas tersendiri dalam melakukan kegiatannya, misalnya jika dilihat dari segi fungsi bank yaitu: antara kegiatan bank umum dengan kegiatan bank perkreditan rakyat, jelas memiliki tugas atau kegiatan yang berbeda. Kegiatan bank umum mencakup hal yang lebih luas dan beragam jika dibandingkan dengan Bank Perkreditan Rakyat. Hal ini disebabkan karena bank umum mempunyai kebebasan untuk menentukan produk dan jasanya, sedangkan bank perkreditan rakyat mempunyai keterbatasan tertentu sehingga kegiatannya lebih sempit.

#### **A. Bank Umum**

Bank umum atau yang lebih dikenal dengan nama bank komersil merupakan bank yang paling banyak tersebar di seluruh Indonesia. Bank umum juga memiliki berbagai keunggulan jika dibandingkan dengan bank perkreditan rakyat, baik dalam bidang pelayanan maupun wilayah

operasinya. Artinya bank umum memiliki kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam praktiknya produk-produk tersebut tergantung dari status bank yang bersangkutan. Menurut status bank umum dibagi ke dalam dua jenis yaitu bank umum devisa dan bank umum non-devisa.

Kegiatan bank umum secara lengkap meliputi sebagai berikut:

1. Menghimpun dana (*funding*)

Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat atau dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Jenis-jenis produk simpanan pada bank umum adalah sebagai berikut:

- a. Simpanan Giro

Giro adalah simpanan dana pihak ketiga, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing (valas) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro atau sarana perintah pembayaran lainnya.

- b. Simpanan Tabungan

Merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh perbankan. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi atau Anjungan Tunai

Mandiri (ATM). Pemegang rekening tabungan akan diberikan bunga tabungan yang merupakan jasa atas tabungannya.

c. Simpanan Deposito

Deposito adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara deposan dan bank. Dengan demikian, deposito dapat dicairkan setelah jangka waktu berakhir dan deposito yang akan jatuh tempo tersebut dapat diperpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over*).

Produk deposito dapat berupa deposito berjangka ataupun sertifikat deposito. Berikut perbedaan deposito berjangka dan sertifikat deposito menurut Ikatan Bankir Indonesia (2013:48):

Tabel 2.3 Perbedaan deposito berjangka dan sertifikat deposito

Deposito Berjangka	Sertifikat Deposito	Perbedaan
1. Merupakan simpanan yang pencairannya dilakukan berdasarkan jangka waktu tertentu.	1. Merupakan simpanan yang diterbitkan dengan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan.	1. Deposito berjangka hanya dapat dicairkan atas nama pemegang deposito, sedangkan sertifikat deposito dapat dicairkan atas unjuk oleh siapapun

2. Umumnya mempunyai jangka waktu mulai dari 1, 3, 6, dan 12 sampai dengan 24 bulan.	2. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat, tanpa mencantumkan nama pemilik deposito	2. Deposito berjangka tidak dapat diperjualbelikan, sedangkan sertifikat deposito dapat diperjualbelikan.
3. Diterbitkan dengan mencantumkan nama pemilik deposito, baik perorangan maupun lembaga.	3. Sertifikat deposito dapat diperjualbelikan kepada pihak lain	3. Deposito berjangka tidak dapat dipindahtangankan, sedangkan sertifikat deposito dapat dipindahtangankan
4. Deposito berjangka tidak dapat dipindahtangankan, sedangkan sertifikat deposito dapat dipindahtangankan	4. Pembayaran bunga sertifikat deposito dapat dilakukan di muka setiap bulan atau pada saat jatuh tempo, baik tunai maupun nontunai.	4. Bunga deposito berjangka diterima tiap akhir bulan, sedangkan bunga sertifikat deposito dapat diterima di muka.
5. Pembayaran bunga deposito dapat dilakukan setiap bulan atau setelah jatuh tempo sesuai jangka waktunya.		5. Deposito berjangka dapat dibuka dalam mata uang asing di samping mata uang rupiah, sedangkan sertifikat deposito berjangka hanya dapat diberikan dalam mata uang rupiah.
6. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun nontunai (pemindahbukuan).		6. Jumlah nominal minimum deposito berjangka adalah Rp.1.000.000,00 sedangkan jumlah nominal setiap lembar sertifikat deposito adalah Rp.5.000.000,00

7. Kepada setiap deposan dengan nominal deposito tertentu dikenakan pajak penghasilan dari bunga yang diterimanya.		
8. Pencarian deposito sebelum jatuh tempo umumnya dikenakan denda.		

Sumber : Memahami Bisnis Bank (Ikatan Bankir Indonesia 2013:14)

## 2. Penyaluran Dana (*Lending*)

Penyaluran dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal dengan nama kegiatan *lending*. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank dilakukan melalui pemberian pinjaman yang dalam masyarakat lebih dikenal dengan nama kredit. Kredit yang diberikan oleh bank terdiri dari beragam jenis, tergantung dari kemampuan bank yang menyalurkannya. Demikian pula dengan jumlah serta tingkat suku bunga yang ditawarkan.

Sebelum kredit dikururkan bank terlebih dulu menilai kelayakan kredit yang diajukan oleh nasabah. Kelayakan ini meliputi berbagai aspek penilaian. Penerima kredit akan dikenakan bunga kredit yang besarnya tergantung dari bank yang menyalurkannya. Besar kecilnya bunga kredit sangat mempengaruhi keuntungan bank, mengingat keuntungan utama bank adalah dari selisih bunga kredit dengan bunga simpanan.

Secara umum jenis-jenis kredit menurut Kasmir (2012:35-36) yang ditawarkan meliputi:

a. Kredit Investasi

Kredit investasi merupakan kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal. Biasanya kredit jenis ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang, yaitu di atas satu (1) tahun. Contoh jenis kredit ini adalah kredit untuk membangun pabrik atau membeli peralatan pabrik seperti mesin-mesin

b. Kredit Modal Kerja

Kredit Modal Kerja merupakan kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit jenis ini berjangka waktu pendek, yaitu tidak lebih dari satu (1) tahun. Contoh kredit ini adalah untuk membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan modal kerja lainnya.

c. Kredit Perdagangan

Kredit Perdagangan merupakan kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar atau memperluas atau memperbesar kegiatan perdagangannya. Contoh jenis kredit ini adalah kredit untuk membeli barang dagangan yang diberikan kepada para suplier atau agen.

d. Kredit Produktif

Kredit Produktif merupakan kredit yang dapat berupa investasi, modal kerja atau perdagangan. Dalam arti kredit ini diberikan untuk diusahakan kembali sehingga pengembalian kredit diharapkan dari hasil usaha yang dibiayai.

e. Kredit Konsumtif

Kredit Konsumtif merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan pribadi misalnya keperluan konsumsi, baik pangan, sandang maupun papan. Contoh jenis kredit ini adalah kredit perumahan, kredit kendaraan bermotor yang kesemuanya untuk dipakai sendiri.

f. Kredit Profesi

Kredit Profesi merupakan kredit yang diberikan kepada para kalangan profesional seperti dosen, dokter atau pengacara.

3. Memberikan Jasa-Jasa Bank Lainnya (*Service*)

Jasa-jasa bank lainnya merupakan suatu bentuk kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Sekalipun hal ini sebagai bentuk kegiatan penunjang akan tetapi, banyak memberikan keuntungan bagi bank dan nasabah. Semakin lengkap dan variatif jasa-jasa bank yang dapat dimiliki maka akan semakin baik. Kelengkapan dan variatifnya jasa-jasa yang dimiliki oleh suatu bank ini

ditentukan oleh permodalan bank, baik dari kesiapan bank tersebut dalam menyediakan SDM yang handal maupun kecanggihan teknologi yang dimilikinya.

Menurut Kasmir (2016:37-40) praktik jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:

a. Kiriman Uang (Transfer)

Kiriman Uang merupakan jasa pengiriman uang melalui bank. Pengiriman uang dapat dilakukan pada bank yang sama ataupun bank yang berlainan. Pengiriman uang dapat juga dilakukan dengan tujuan dalam kota, luar kota, maupun luar negeri. Khusus untuk pengiriman uang keluar negeri harus melalui bank devisa.

b. Kliring (*Clearing*)

Kliring merupakan penagihan warkat (surat-surat berharga seperti cek, bilyet giro) hanya berasal dari dalam kota. Proses penagihan lewat kliring hanya memakan waktu satu (1) hari. Besarnya biaya penagihan tergantung dari bank yang bersangkutan.

c. Inkaso (*Collection*)

Inkaso merupakan penagihan warkat (surat-surat berharga seperti cek, billyet giro) hanya berasal dari luar kota atau luar negeri. Proses penagihan melalui inkaso tergantung dari jarak lokasi penagihan dan biasanya memakan waktu

satu (1) minggu sampai satu (1) bulan. Besarnya biaya penagihan tergantung dari bank yang bersangkutan.

d. *Safe Deposit Box*

*Safe Deposit Box* memberikan pelayanan penyewaan box atau pengaman tempat menyimpan surat-surat berharga atau barang-barang berharga milik nasabah. Nasabah penyewa *box* dikenakan biaya sewa yang besarnya bergantung dari ukuran *box* serta jangka waktu penyewaan.

e. *Bank Card* (Kartu Kredit)

*Bank Card* atau lebih populer lebih dikenal dengan istilah kartu kredit atau kartu plastik. Kartu ini dapat dibelanjakan di beberapa tempat perbelanjaan atau tempat-tempat hiburan. Kartu ini juga dapat digunakan untuk mengambil uang tunai di mesin ATM yang tersebar di berbagai tempat.

f. *Bank Notes*

*Bank Notes* merupakan jasa penukaran valuta asing. Dalam jual-beli bank notes, bank menggunakan kurs (nilai tukar rupiah dengan mata uang asing).

g. Bank Garansi

Bank Garansi merupakan jaminan bank yang diberikan kepada nasabah dalam rangka membiaya suatu usaha. Jaminan bank ini maka peminjam dana memperoleh fasilitas untuk melaksanakan kegiatannya dengan pihak

lain. Sebelum bank memberikan jaminan ini maka bank terlebih dahulu mempelajari kredibilitas nasabahnya (peminjamnya).

h. *Bank Draft*

*Bank Draft* merupakan wesel yang dikeluarkan oleh bank kepada para nasabahnya. Wesel ini dapat diperjual-belikan apabila nasabah membutuhkannya.

i. *Letter Of Credit (L/C)*

*Letter Of Credit (L/C)* merupakan surat kredit yang diberikan kepada para eksportir dan importir yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas transaksi ekspor-impor yang mereka lakukan. Dalam transaksi ini terdapat berbagai macam jenis L/C, sehingga nasabah dapat meminta sesuai dengan kondisi yang diinginkannya.

j. *Cek Wisata (Travellers Cheque)*

*Cek Wisata (Travellers Cheque)* merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh turis atau wisatawan. Cek wisata dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di berbagai tempat pembelanjaan atau hiburan seperti hotel, supermarket. Cek wisata juga bisa digunakan sebagai hadiah kepada para relasinya.

k. Menerima setoran-setoran

Dalam hal ini bank membantu nasabahnya dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat antara lain:

- 1) Pembayaran pajak,
- 2) Pembayaran telepon,
- 3) Pembayaran air,
- 4) Pembayaran listrik,
- 5) Pembayaran uang kuliah,

l. Melayani pembayaran-pembayaran

Sama halnya seperti dalam hal menerima setoran, bank juga melakukan pembayaran seperti hal yang diperintahkan oleh nasabahnya antara lain:

- 1) Membayar gaji/pensiunan/honorarium,
- 2) Pembayaran deviden,
- 3) Pembayaran kupon,
- 4) Pembayaran bonus/hadiah,

m. Bermain di dalam pasar modal

Kegiatan bank dapat memberikan atau bermain surat-surat berharga di pasar modal. Bank dapat berperan dalam berbagai kegiatan seperti menjadi:

- 1) Penjamin emisi (*underwriter*),
- 2) Penjamin (*guarantor*),
- 3) Wali amanat (*trustee*),

- 4) Perantara perdagangan efek (*pialang/broker*),
- 5) Pedagang efek (*dealer*),
- 6) *Company*.

n. *Electronic Banking (E-Banking)*

Bank umum juga menyediakan pelayanan jasa *Electronic Banking* atau yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan *E-Banking* untuk memenuhi segala kebutuhan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat (nasabah).

B. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Kegiatan operasional yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) pada dasarnya sama dengan kegiatan operasional yang dilakukan oleh Bank Umum. Hanya saja perbedaannya adalah Bank Perkreditan Rakyat memiliki keterbatasan dalam menyediakan jasa pelayanan bank. Hal ini dikarenakan Bank Perkreditan Rakyat dibatasi oleh berbagai persyaratan yang telah diatur dalam UU Nomor 7 1992 Tentang Perbankan. Berikut ini kegiatan yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat :

1. Menghimpun Dana :

Bank Perkreditan Rakyat hanya diperbolehkan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan ataupun deposito berjangka.

2. Menyalurkan Dana

Kegiatan penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:95) :

a. Kredit Investasi

Kredit investasi yaitu kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal. Biasanya kredit jenis ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang yaitu di atas satu (1) tahun.

b. Kredit Modal Kerja

Kredit modal kerja yaitu kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit jenis ini berjangka waktu pendek tidak lebih dari satu (1) tahun.

c. Kredit Perdagangan

Kredit perdagangan yaitu kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar atau memperluas kegiatan perdagangannya.

### **2.3 Pengertian Mekanisme Pemasaran**

Adapun pengertian mekanisme menurut kamus ilmiah adalah cara kerja yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu organisasi. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2004:7) adalah suatu proses *social* dan manajerial dimana individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai sama. Secara umum pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis untuk melakukan penawaran dan pendistribusian barang kepada konsumen baik dalam barang maupun jasa.

Secara umum konsep pemasaran menurut Guiltinan dan Paul (1994:4) mulai muncul pada tahun 1950-an. Sejumlah perusahaan pada tahun tersebut mulai menyadari bahwa mereka perlu meningkatkan efisiensi pemasaran agar sesuai dengan efisiensi dan kemampuan produksi. Beberapa perusahaan pun menyadari bahwa teknik-teknik penjualan yang baik tidak dapat lagi mengimbangi kekeliruan yang diakibatkan karena memproduksi produk yang salah dan memuaskan kebutuhan dari konsumen adalah hal yang paling penting untuk memperoleh suatu kesuksesan.

Melakukan suatu riset produk dan pemasaran merupakan suatu elemen penting bagi perusahaan untuk mencapai suatu kesuksesan. Dalam hal ini riset mejadi kunci utama yang harus dimiliki perusahaan supaya produk-produk yang dihasilkannya mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan dari masyarakat.

#### **2.4 Riset Pemasaran**

Pengertian riset sering kali dicampur adukan dengan pengumpulan data atau informasi, studi pustaka, kajian dokumentasi, penulisan makalah, perubahan kecil pada suatu produk, dan sebagainya. Secara etimologi kata riset berasal dari bahasa inggris *research* yang terdiri “*re*” berarti kembali dan “*search*” yang berarti pencarian. Sehingga kata riset bermakna suatu pencarian secara sistematis dan mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan lebih sempurna tentang suatu yang dipelajari. Secara umum riset adalah proses yang sistematis yang meliputi pengumpulan dan analisis informasi (data) dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang suatu fenomena yang sedang diminati atau yang menjadi pusat perhatian.

Dalam dunia bisnis, salah satu riset yang paling penting adalah riset pemasaran. Menurut Suhartanto (2014:13) pengertian dari pemasaran adalah merupakan suatu identifikasi, pengumpulan, analisis, dan penyebarluasan informasi secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemecahan masalah dalam bidang pemasaran.

Definisi riset pemasaran diatas menunjukkan bahwa kegiatan riset pemasaran merupakan suatu fungsi untuk menghubungkan konsumen, pelanggan, maupun publik dengan pemasar (perusahaan) untuk mengidentifikasi kesempatan maupun masalah yang ada serta mengevaluasi kegiatan pemasaran untuk memahami lebih jauh proses pemasaran yang telah dilakukan (efektivitas pemasaran). Pada dasarnya, riset pemasaran merupakan aktifitas yang ditunjukan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena sosial sehingga, riset pemasaran merupakan strategi bisnis yang penting untuk membangun dan memelihara keunggulan bersaing perusahaan tersebut.

Menurut Sumarni (1993:192) terdapat 4 (empat) hal utama dalam riset pemasaran yaitu :

1. Sistematis

Kegiatan riset pemasaran harus direncanakan secara sistematis, artinya proyek penelitian harus diorganisasikan serta direncanakan secara baik dan terinci. Sifat data yang akan dikumpulkan serta teknik analisis yang akan digunakan harus diantisipasi sebelum kegiatan riset

dimulai, supaya kegiatan riset tersebut telah terprogram sesuai dengan tujuannya.

## 2. Obyektif

Pelaksanaan riset pemasaran sebaiknya dilakukan secara obyektif dan didasarkan pada data yang akurat. Hal ini bertujuan agar hasil riset menjadi gambaran nyata dari obyek penelitian sehingga pengambilan keputusan terkait dapat pula dilakukan secara akurat dan berdaya guna.

## 3. Informatif

Tujuan utama dari riset pemasaran adalah menyediakan informasi pasar dan bukan data, sehingga melalui riset itu diharapkan dapat membantu pengambilan keputusan pemasaran yang lebih baik untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

## 4. Perusahaan Pengambilan Keputusan

Suatu bentuk keputusan yang tepat dan berdaya guna dihasilkan dari proses pengambilan keputusan yang bertahap. Dalam hal ini fungsi informasi menjadi sangat penting sehingga validitas informasi sangat diperlukan agar kebijakan-kebijakan yang akan diambil dapat diputuskan secara tepat.

### **2.5 Mekanisme Pasar**

Adapun pengertian mekanisme pasar (*market mechanism*) menurut Amalia dkk (2010:51) adalah kecenderungan di pasar bebas sehingga terjadi perubahan harga sampai pasar seimbang (*equilibrium*) yakni sampai jumlah permintaan dan penawaran yang sama. Sedangkan menurut Boediono (1982:8) mendefinisikan

mekanisme pasar sebagai proses yang berjalan atas dasar gaya (kekuatan) tarik menarik antara konsumen (*demand*) dan produsen (*supply*) yang bertemu di pasar. Proses yang terjadi tersebut kemudian membentuk suatu harga atas barang di pasar barang dan faktor produksi di pasar produksi.

## 2.6 Bauran Pemasaran

Setelah perusahaan menetapkan strategi pemasaran, maka perusahaan diharapkan mampu untuk menerapkan dan merencanakan rincian bauran pemasaran (*marketing mix*). Pengertian dari *marketing mix* adalah kombinasi dari empat (4) *variable*/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. *Marketing mix* juga dapat diartikan sebagai satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan hal tersebut ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Adapun penjelasan dari 4 (empat) *variable*/kegiatan tersebut menurut Hermawan (2012:33) yaitu :

1. Strategi Produk (*Product*)

Strategi Produk adalah kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar. Strategi produk (*product*) meliputi : ragam, kualitas, desain, fitur, nama merk, dan kemasan.

2. Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Strategi harga (*price*) meliputi : daftar harga, diskon potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.

### 3. Strategi Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi adalah segala aktifitas yang menyampaikan manfaat produk kepada pelanggan untuk membelinya. Strategi promosi (*promotion*) meliputi : iklan dan promosi penjualan.

### 4. Strategi Distribusi (*Place*)

Strategi distribusi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia dan terjangkau bagi pelanggan. Strategi distribusi (*place*) meliputi : lokasi, saluran, distribusi, persediaan, transportasi, dan logistik.

### **BAB III**

#### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 DATA UMUM**

##### **3.1.1 Sejarah Bank Rakyat Indonesia (BRI)**

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 No. 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 No. 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) No. 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 No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks 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 No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 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 No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 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.

### **3.1.2 Visi dan Misi BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta**

#### 1. Visi BRI

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

#### 2. Misi BRI

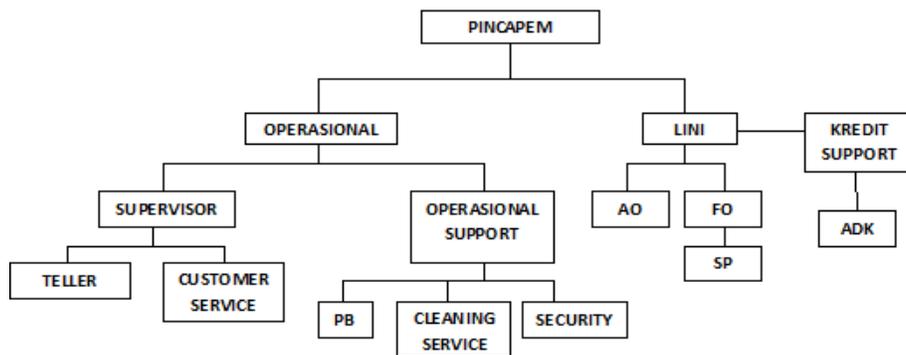
- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance* (GCG) yang sangat baik.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

### **3.1.3 Budaya Kerja BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta**

1. Selalu tepat waktu dalam memenuhi perjanjian (jam kantor, penyampaian laporan, dan lain-lain).
2. Tidak merokok didalam kantor.
3. Membantu rekan sekerja apabila yang bersangkutan menghadapi kesulitan.
4. Menanggapi dan menyelesaikan komplain/permasalahan pada kesempatan pertama sesuai dengan kewenangannya.

5. Berdoa bersama setiap pagi hari.
6. Tidak menitipkan absen.
7. Ramah (senyum dan sapa) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (*Intern atau Ekstern*).
8. Menggunakan jam kerja seoptimal mungkin dan beristirahat sesuai dengan ketentuan.

### 3.1.4 Struktur Organisasi Bank BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

Sumber : Data diolah, 2016

Deskripsi pekerjaan:

Tugas dan wewenang personalia yang terdapat pada BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta adalah sebagai berikut:

#### 1. Pimpinan Cabang Pembantu

Memimpin, mengelola, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan, dan mendayagunakan sarana organisasi cabang pembantu untuk mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran, operasional, dan layanan cabang

pembantu yang efektif serta efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan

## 2. Manajemen Operasional

Tugas dan wewenang dari manajemen operasional antara lain meliputi:

- a. Mengelola dan meningkatkan efektifitas serta efisiensi operasi bank
- b. Mengawasi produksi atau penyediaan jasa bank
- c. Membuat pengembangan operasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang
- d. Mengatur anggaran dan mengelola biaya

## 3. Supervisor

Tugas dan wewenang supervisor antara lain:

- a. Menyiapkan kuitansi tambahan kas supervisor dan ATM serta menerima uang dari *operation officer*
- b. Menyetujui tambahan kas awal *teller* atau TKK (Tim Kurir Kas), membuku dan mendistribusikan uangnya kepada *teller* atau TKK
- c. Mengisi kas ATM bersama petugas yang ditunjuk
- d. Menyetujui pembayaran transaksi tunai dan kliring dalam batas wewenangnya
- e. Melaksanakan fungsi *checker* atas transaksi tunai (pada saat merekap laporan *teller*)

#### 4. *Account Officer (AO)*

Melaksanakan kegiatan penyusunan rencana strategis, pengembangan dan pemasaran pinjaman dan *cross selling* produk BRI lainnya serta pembinaan *account* nasabah dengan kompleksitas paling rendah memerlukan supervisi ketat sesuai ketentuan/kebijakan yang berlaku serta kewenangan bidang tugasnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Wewenang:

- a. Memprakarsai dan merekomendasikan (kredit baru, suplesi review kredit, dan penyelesaian kredit bermasalah) sesuai dengan kewenangannya
- b. Memprakarsai kerja sama dengan mitra bisnis

#### 5. *Funding Officer (FO)*

Tugas dan wewenang dari seorang *funding officer* antara lain sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi sumber dana potensial (*CPP=Capital Potential Pund*) baik perorangan maupun perusahaan
- b. Melakukan kegiatan promosi produk dana dan jasa
- c. Mewakili BRI dalam negosiasi dengan calon nasabah penyimpan dengan batas kewenangannya
- d. Mengusulkan *special rate* simpanan kepada pimpinan cabang sesuai permohonan calon nasabah penyimpan

## 6. Administrasi Kredit (ADK)

Melaksanakan fungsi administrasi kredit di KCP yang meliputi pengelolaan administrasi dan dokumentasi pinjaman berdasarkan prosedur yang jelas, bersifat rutin dengan pengelolaan administrasi yang relatif kompleks dan membutuhkan supervisi yang ketat untuk memastikan tugas/kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai ketentuan/kebijakan serta sistem dan prosedur yang berlaku dalam upaya mencapai target yang telah ditetapkan.

Wewenang:

- a. Mengerjakan register dan dokumen yang berkaitan dengan bidang tugasnya
- b. Memasukan data statis pinjaman

## 7. Teller

Tanggung Jawab dan Tugas:

- a. Membuat aplikasi tambahan kas awal dan menerima uang dari Supervisor/OO
- b. Menerima uang setoran dari nasabah dan mencocokkan dengan tanda setorannya
- c. Membayar uang kepada nasabah yang berhak
- d. Meneliti kesahan bukti kas yang diterima
- e. Mengesahkan dalam OLSIB dan menandatangani bukti kas atas transaksi tunai yang ada dalam batas wewenangnya

Wewenang:

- a. Menyetujui pembayaran transaksi tunai dalam batas wewenangnya
- b. Melaksanakan fungsi *checker* atas transaksi tunai

8. *Customer Service*

Tugas dan wewenang dari seorang *customer service* antara lain sebagai berikut:

- a. Pemberian informasi produk layanan bank
- b. Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro, dan deposito
- c. Melayani permintaan buku cek atau bilyet giro, surat referensi bank/surat keterangan bank, dan sebagainya
- d. Membuat laporan pembukuan dan penutupan rekening, keluhan nasabah, serta *stock* kartu ATM

9. *Security*

Melaksanakan kegiatan layanan bagi nasabah yang hendak melakukan transaksi dan menciptakan suasana aman dan kondusif bagi para nasabah.

10. Pramubakti (PB)

Melayani kebutuhan kantor serta kebutuhan para pegawai untuk menunjang operasional perkantoran.

### 3.1.5 Produk dan Layanan Jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

Dalam kegiatan operasionalnya, BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta memiliki beberapa produk dan layanan jasa yang diberikan untuk nasabahnya. Berikut produk dan layanan jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta:

#### 1. Produk Penghimpunan Jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta mempunyai beberapa produk penghimpunan dana seperti tabungan, deposito, dan giro.

##### a. Produk Tabungan

###### 1) Tabungan Simpedes

Simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah, yang dapat dilayani di Kantor Cabang BRI, KCP BRI, Teras BRI, dan BRI Unit.

###### 2) Tabungan Britama

Simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah/mata uang asing. Produk tabungan Britama memberikan ragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas *e-banking* dan sistem *real time online* yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

###### 3) Tabungan BRI Junio

Produk tabungan BRI yang dikhususkan untuk segmen anak dengan fasilitas dan fitur yang menarik bagi anak.

b. Produk BRI Deposito

1) Deposito BRI Rupiah

Produk simpanan masyarakat dalam bentuk deposito dengan mata uang rupiah. Produk ini memberikan kenyamanan dan keamanan dalam investasi dana.

2) Deposito BRI Valas

Produk simpanan masyarakat dalam bentuk deposito dengan mata uang asing. Produk ini memberikan kenyamanan dan keamanan dalam investasi dana.

c. Produk BRI Giro

1) Giro BRI Rupiah

Produk simpanan yang diberikan oleh BRI dalam bentuk giro dengan mata uang rupiah.

2) Giro BRI Valas

Produk simpanan yang diberikan oleh BRI dalam bentuk giro dengan mata uang asing.

2. Produk Penyaluran Dana BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

Produk penyaluran dana yang ditawarkan oleh BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta terbagi menjadi beberapa, yaitu:

a. Pinjaman Mikro KUPeDES

Kredit dengan bunga bersaing yang bersifat umum untuk semua sektor ekonomi, ditunjukkan untuk individual (badan usaha maupun

perorangan) yang memenuhi persyaratan dan dilayani di seluruh BRI Unit dan Teras BRI.

b. Pinjaman BRI Guna Karya

Briguna Karya adalah kredit yang diberikan kepada calon debitur dengan sumber pembayaran (*repayment*) berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (gaji). Dapat digunakan untuk pembiayaan keperluan produktif dan non produktif misalnya : pembelian barang bergerak/tidak bergerak, perbaikan rumah, keperluan kuliah/sekolah anak, pernikahan anak, dan lain-lain.

c. Pinjaman BRI Guna Purna

Briguna Purna adalah kredit yang diberikan kepada calon debitur-debitur dengan sumber pembayaran (*repayment*) berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (uang pensiun). Dapat digunakan untuk pembiayaan keperluan produktif dan non produktif misalnya: pembelian barang bergerak/tidak bergerak, perbaikan rumah, keperluan kuliah/sekolah anak, pengobatan, pernikahan anak, dan lain-lain.

3. Produk Pelayanan Jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

Dalam kegiatan operasionalnya, BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta memberikan pelayanan jasa kepada para nasabahnya demi mempermudah pelayanan transaksi nasabahnya. Produk pelayanan jasa BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta yaitu:

a. Kartu ATM BRI

Setiap nasabah yang memiliki rekening tabungan akan diberikan fasilitas kartu ATM BRI. Kartu ATM ini dapat dipergunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui mesin ATM dan mesin debit.

b. SMS Banking BRI

Fasilitas sms banking BRI dapat dinikmati oleh nasabah dengan melalui handphone. Nasabah hanya mengirimkan pesan/sms melalui nomor 3300 untuk melakukan transaksi.

c. Brizzi

Uang elektronik BRI, sarana pembayaran di merchant-merchant yang telah bekerjasama dengan BRI. Transaksi dilakukan berdasarkan teknologi *chip* dengan saldo maksimal Rp. 1.000.000,-

d. *EDC Merchant*

*EDC Merchant* adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit dan kartu *prepaid* yang diletakkan di *merchants*.

e. Internet Banking BRI

Layanan transaksi non tunai yang dapat dilakukan oleh nasabah melalui website (internet).

## 3.2 Data Khusus

### 3.2.1 Produk EDC Brilink BRI KCP Pasar Colombo Yogyakarta

Perkembangan zaman yang sangat modern seperti saat ini mendorong setiap perbankan untuk meluncurkan produk layanan jasa secara maksimal kepada masyarakat demi mampu bersaing dengan perbankan lainnya. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi melalui jasa perbankan begitu pesat, sehingga masyarakat membutuhkan suatu layanan jasa perbankan yang efektif dan efisien. Masyarakat pada umumnya akan memilih suatu perbankan yang memiliki banyak fasilitas jasa yang mampu untuk menunjang segala kebutuhan transaksi keuangan, baik itu berupa tunai maupun non tunai. Hal ini berdampak pada peningkatan persaingan antar bank yang berada di Indonesia untuk saling berlomba memberikan layanan jasa secara maksimal dengan meluncurkan berbagai produk yang kompetitif untuk bersaing.

Bank Rakyat Indonesi (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia selalu berusaha untuk berinovatif dalam meluncurkan berbagai layanan jasa demi memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Hal inilah yang mendorong Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Colombo Yogyakarta juga meluncurkan beberapa produk layanan jasa untuk nasabahnya seperti halnya: *EDC brilink*, Kartu ATM, Kartu Brizzi, *Phone Banking*, *Internet Banking* dll. *Electronic Data Capture (EDC) brilink* adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit, dan kartu *prepaid* yang diletakkan di setiap *merchants* (toko/swalayan mitra BRI). Setiap pemasangan *EDC BRILINK* di *merchants*, maka *merchants*

akan dikenakan MDR (*Merchants Discount Rate*) yaitu *fee* yang dibebankan oleh *Acquiring Bank* (Bank BRI) kepada *merchants* (toko/swalayan mitra BRI) atas setiap transaksi yang dilakukan melalui mesin *EDC BRILINK*. Berikut perhitungan *sharing fee* antara kedua belah pihak jika melakukan transaksi:

Selain itu fungsi dari peluncuran dari *EDC BRILINK* BRI bagi *merchants* adalah sebagai berikut:

1. Menambah jumlah transaksi *merchants*, karena *merchants* dapat melayani transaksi dengan menggunakan kartu debit maupun kredit (menjaring *customer* yang tidak membawa uang tunai pada saat berbelanja).
2. Menambah daya saing *merchants* dengan *merchants* yang berada di sekitarnya. Hal ini dikarenakan *merchants* tersebut dapat melayani transaksi tunai dan transaksi dengan menggunakan kartu debit maupun kredit.
3. Meningkatkan volume penjualan *merchants* karena dapat menjaring *customer* yang tidak membawa uang tunai sehingga sirkulasi/perputaran keuangan *merchants* akan meningkat. Biaya penanganan uang tunai akan turun karena transaksi pembayaran yang dilakukan oleh *customer* akan langsung masuk ke nomer rekening *merchants* tersebut.

Mesin *EDC BRILINK* ini memiliki beberapa menu yang dapat digunakan oleh nasabah BRI, berikut penjelasan dan cara mengoperasikan menu yang terdapat pada mesin *EDC BRILINK* BRI:

## 1. Cek Saldo ATM

Dalam hal ini nasabah BRI dapat melakukan pengecekan saldo ATM mereka melalui mesin *EDC BRILINK* dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Setelah masuk ke mini ATM, pilih informasi
- d. Selanjutnya pilih saldo
- e. Kemudian gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- f. Masukkan PIN ATM
- g. Selanjutnya pilih konfirmasi
- h. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

## 2. Cek Saldo ATM Bank Lain

Dalam hal ini nasabah bank selain BRI pun dapat memanfaatkan produk *EDC BRILINK* BRI guna melakukan pengecekan saldo ATM yang mereka miliki. Cara pengecekan saldo tersebut sama halnya dengan nasabah BRI yang melakukan pengecekan saldo melalui *EDC BRILINK*, yaitu sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Setelah masuk ke mini ATM, pilih informasi
- d. Selanjutnya pilih saldo
- e. Kemudian gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- f. Masukkan pin ATM

- g. Selanjutnya pilih konfirmasi
- h. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

### 3. Transfer Uang ke Sesama Rekening BRI

Dalam hal ini nasabah BRI juga dapat memanfaatkan produk *EDC BRILINK* untuk melakukan transfer uang antara sesama rekening BRI dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih transfer to
- d. Selanjutnya pilih sesama
- e. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- f. Selanjutnya masukan nomer rekening tujuan
- g. Selanjutnya masukan nominal yang akan ditransfer
- h. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

### 4. Transfer Uang ke Rekening Bank Lain

Nasabah BRI juga dapat memanfaatkan layanan produk *EDC BRILINK* untuk melakukan transfer uang ke rekening bank lain dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih transfer *to*
- d. Selanjutnya pilih antar bank (jika belum mengetahui kode bank, silahkan masuk terlebih dahulu ke info bank)

- e. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- f. Selanjutnya masukan nomer rekening tujuan
- g. Selanjutnya masukan nominal yang akan ditransfer
- h. Langkah terakhir adalah *enter*

#### 5. Pembayaran Setor Pinjaman BRI

Nasabah BRI juga dapat melakukan pembayaran kredit/cicilan kepada BRI melalui *EDC BRILINK* dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih Tunai
- c. Selanjutnya pilih setor pinjaman
- d. Selanjutnya gesekan kartu pada mesin *EDC BRILINK*
- e. Selanjutnya masukan nomer rekening setor pinjaman
- f. Selanjutnya masukan jumlah nominal
- g. Selanjutnya masukan PIN
- h. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

#### 6. Pembayaran PLN Pasca Bayar

Dalam hal ini nasabah BRI juga dapat melakukan pembayaran tagihan PLN melalui *EDC BRILINK* dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih pembayaran
- d. Selanjutnya pilih PLN
- e. Selanjutnya pilih PLN *Postpaid*

- f. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada *EDC BRILINK*
- g. Selanjutnya masukan ID Pelanggan
- h. Selanjutnya pilih konfirmasi
- i. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

#### 7. Pembelian Token PLN

Nasabah BRI juga dapat melakukan pembelian token PLN melalui produk *EDC BRILINK* dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih pembayaran
- d. Selanjutnya pilih PLN
- e. Selanjutnya pilih PLN *Prepaid*
- f. Selanjutnya masukan nomer meteran
- g. Selanjutnya masukan jumlah pembelian
- h. Selanjutnya pilih konfirmasi
- i. Langkah terakhir adalah tekan *enter*

#### 8. Pembayaran BPJS

Nasabah BRI juga dapat melakukan pembayaran BPJS melalui *EDC BRILINK* dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih pembayaran
- d. Selanjutnya pilih BRIVA

- e. Selanjutnya masukan nomer BPJS
- f. Selanjutnya pilih konfirmasi
- g. Langkah terakhir adalah *enter*

#### 9. Isi Pulsa

Nasabah BRI juga dapat memanfaatkan *EDC BRILINK* untuk melakukan pembelian pulsa, dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih isi ulang
- c. Selanjutnya pilih *provider*
- d. Selanjutnya pilih jumlah isi ulang
- e. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada *EDC BRILINK*
- f. Selanjutnya masukan nomor yang dituju
- g. Selanjutnya pilih konfirmasi
- h. Langkah terakhir adalah *enter*

#### 10. Cek Mini *Statement* (Data 5 Transaksi Terakhir)

Nasabah BRI juga dapat melakukan pengecekan transaksi yang telah dilakukan oleh nasabah (5 data terakhir), dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih informasi
- d. Selanjutnya pilih mini *statement*
- e. Selanjutnya masukan PIN ATM
- f. Langkah terakhir adalah *enter*

## 11. Pembayaran *Speedy*/Telkom

Nasabah BRI juga dapat memanfaatkan produk *EDC BRILINK* guna melakukan transaksi pembayaran *speedy*/telkom, dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih pembayaran
- d. Selanjutnya pilih telkom
- e. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- f. Selanjutnya isi kode area
- g. Selanjutnya masukan nomer telepon
- h. Selanjutnya konfirmasi
- i. Langkah terakhir adalah *enter*

## 12. Pembayaran Kartu Halo/*Matrix*

Dalam hal ini nasabah BRI juga dapat melakukan transaksi pembayaran untuk kartu halo/*matrix*, dengan cara sebagai berikut:

- a. Menu
- b. Pilih mini ATM
- c. Selanjutnya pilih pembayaran
- d. Selanjutnya pilih pasca bayar
- e. Selanjutnya pilih kartu Halo/*Matrix*
- f. Selanjutnya gesekan kartu ATM pada mesin *EDC BRILINK*
- g. Selanjutnya masukan nomer tujuan

- h. Selanjutnya masukan nominal
- i. Selanjutnya pilih konfirmasi
- j. Langkah terakhir adalah *enter*

### **3.2.2 Mekanisme Pemasaran Produk Layanan *EDC BRILINK BRI KCP* Pasar Colombo Yogyakarta**

#### **3.2.2.1 Mekanisme Pemasaran**

Bank BRI sebagai salah satu bank pemerintah terbesar yang berada di Indonesia pasti tidak terlepas dari persaingan antar bank, maka dari itu bank BRI harus menyusun mekanisme pemasaran dalam upaya penghimpunan dana masyarakat yang bersifat umum (tabungan, giro, deposito) serta dalam pemberian layanan jasa yang maksimal. Salah satu hal yang mendasar dan sangat diperlukan dalam upaya menyusun mekanisme pemasaran yang baik adalah bagaimana cara dan upaya untuk mempertahankan dan sekaligus meningkatkan volume pertumbuhan nasabah untuk tetap setia menggunakan produk dan jasa layanan bank BRI KCP Pasar Colombo. Oleh karena itu, dalam menyusun produk dan layanan jasa BRI KCP Pasar Colombo menempatkan pengelolaan produk kepada calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Sebelum melakukan pemasaran produk dan layanan jasa bank BRI KCP Pasar Colombo terlebih dahulu melakukan riset terhadap segmen pasar yang akan dituju. Dalam melakukan riset, bank BRI KCP Pasar Colombo memiliki 2 (dua) cara yaitu;

1. Pendekatan Secara Langsung

Salah satu cara riset pasar yang dilakukan oleh BRI adalah pendekatan secara langsung kepada nasabah. Dalam hal ini *marketing* bank mempunyai tugas untuk melakukan riset tersebut dengan cara mengambil beberapa sampel masyarakat guna diwawancarai mengenal kebutuhan produk perbankan yang diinginkan oleh kalangan masyarakat.

2. Pendekatan Secara Tidak Langsung

Cara riset selanjutnya yang dilakukan oleh BRI adalah pendekatan secara tidak langsung. Maksudnya adalah *marketing* bank BRI dalam hal riset pasar mereka mengambil beberapa sampel data dari masyarakat melalui kuisioner yang dibagikan kepada masyarakat guna mendapatkan informasi mengenai keinginan terhadap produk perbankan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Tahap selanjutnya setelah data-data riset pasar tersebut didapatkan oleh BRI dan diolah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) mengeluarkan produk sesuai kebutuhan masyarakat dan melakukan pemasaran produk baru tersebut. Dalam hal pemasaran produk *EDC BRILINK*, BRI KCP Pasar Colombo memiliki beberapa mekanisme pemasaran, yaitu:

1. Promosi Melalui Media

Dalam hal ini BRI melakukan promosi melalui website [www.bri.co.id](http://www.bri.co.id). Dalam hal ini BRI memanfaatkan kemajuan dalam bidang teknologi dengan tujuan mempermudah masyarakat/nasabah mendapatkan informasi seputar produk terbaru yang dimiliki oleh BRI.

## 2. Promosi Melalui *Customer Service*

Dalam hal ini BRI melakukan promosi/penawaran produk mereka melalui *cross selling* yang dilakukan oleh *customer service* bank. *Cross selling* adalah suatu konsep penjualan yang selalu memanfaatkan penjualan produk pertama untuk masuk pada penjualan produk lainnya kepada nasabah terkait. Hal ini dilakukan oleh BRI dikarenakan *customer service* merupakan pusat informasi bagi nasabah secara langsung mengenai seputar informasi terbaru yang dimiliki oleh BRI.

## 3. Promosi Melalui Media Cetak

Dalam hal ini bank BRI melakukan promosi/penawaran produk mereka melalui media cetak (koran). BRI melakukan promosi melalui media massa cetak dikarenakan masih banyaknya masyarakat di Indonesia yang mencari informasi terkini melalui koran dan selain itu juga BRI menilai bahwasanya media cetak lebih mudah di jangkau oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia.

## 4. Promosi Melalui Brosur

Dalam hal ini bank BRI juga melakukan promosi melalui brosur. Brosur tersebut biasanya diletakkan pada meja informasi yang terletak didalam bank.

## 5. Promosi Melalui Spanduk

BRI juga melakukan strategi promosi produk melalui spanduk yang biasanya dipasang di depan bank. Hal ini juga dinilai oleh BRI sebagai hal

yang efektif, karena ketika nasabah mendatangi bank secara tidak langsung nasabah akan melihat spanduk yang terpasang di depan bank.

#### 6. Promosi Melalui Baliho

Dalam hal ini BRI juga melakukan strategi promosi produk melalui baliho yang terdapat di jalan-jalan umum. Hal ini bertujuan supaya masyarakat yang melintas di jalan tersebut mengetahui informasi terbaru seputar produk perbankan yang dimiliki oleh BRI.

#### 7. Promosi Secara *Door To Door*

Dalam hal ini BRI melakukan strategi promosi produk secara *door to door* yang dilakukan oleh *marketing* BRI. Biasanya *marketing* BRI mendatangi *merchant-merchant* yang berada di Yogyakarta, untuk melakukan promosi produk EDC BRI tersebut.

#### 8. Promosi Melalui Kerjasama Instansi

Dalam hal ini BRI melakukan strategi pemasaran produk melalui kerjasama instansi. Maksudnya adalah ketika BRI menjadi sponsor dalam suatu *event/kegiatan* yang diselenggarakan oleh suatu instansi, BRI membuka stand pada event tersebut guna melakukan promosi produk/pelayanan terhadap nasabahnya.

### 3.2.2.2 Kendala Pemasaran Produk *EDC BRILINK*

#### 1. Respon yang kurang baik

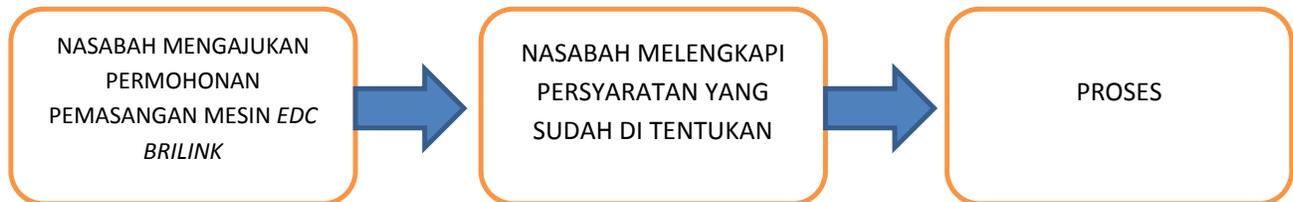
Biasanya jika seorang *marketing* sedang melakukan tugas untuk menawarkan suatu produk *EDC BRILINK* di setiap toko atau tempat usaha tidak sedikit para pemilik usaha yang menanggapi hal tersebut dengan tidak baik, karena dianggap sepele atau tidak penting. Disini seorang *marketing* dituntut agar dapat meyakinkan para pemilik toko atau tempat usaha tersebut agar mereka dapat memasang mesin *EDC BRILINK*.

#### 2. Persyaratan dianggap terlalu banyak atau merepotkan

Ada beberapa hal atau permasalahan dalam menawarkan produk *EDC BRILINK* salah satunya adalah banyak para pemilik toko atau tempat usaha yang menganggap persyaratan untuk pemasangan mesin *EDC BRILINK* terlalu banyak atau merepotkan, hal tersebut berakibat pada lamanya proses pemasangan karena para pemilik toko atau tempat usaha harus mempersiapkan persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan oleh bank BRI.

#### 3. Kurangnya pengetahuan

Salah satu permasalahan yang umum dan sering terjadi dalam pemasaran produk *EDC BRILINK* adalah banyak dari pemilik toko atau tempat usaha yang belum mengetahui produk *EDC BRILINK*. Tugas bank dalam mempromosikan produk tersebut harus efektif dan benar agar dapat menarik perhatian para pemilik toko atau tempat usaha.

Tabel 3.1 Mekanisme Pemasangan Mesin *EDC BRILINK*

Penjelasan:

1. Nasabah datang ke bank untuk memberikan surat permohonan pemasangan mesin *EDC BRILINK*.
2. Persyaratan yang harus dilengkapi berupa:
  - a. *Fotocopy* KTP/*Passport*/*Kitas*/*Kitap* Pemilik Pengurus
  - b. *Fotocopy* NPWP
  - c. *Fotocopy* SIUP/TDP/Surat Keterangan Domisili/Surat Ijin Gangguan (HO)
  - d. Sertifikat Kepemilikan/Surat Keterangan Sewa Tempat Usaha
  - e. Akta Pendirian/Anggaran Dasar
  - f. Formulir Permohonan *Merchant*, Perjanjian Kerjasama dan Surat Kuasa (Jika Diperlukan)
  - g. Pembukaan Rekening Simpanan BRI (Simpanan/Giro).
3. Diproses oleh marketing bank dan dicek ulang apakah persyaratan sudah terpenuhi.
4. Pemasangan mesin *EDC BRILINK*

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk *Electronic Data Capture (EDC) Merchant* BRI adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit, dan kartu *prepaid* yang diletakkan di *merchants*. Setiap pemasangan mesin EDC di *merchants*, maka *merchants* tersebut akan dikenakan MDR (*Merchant Discount Rate*) yaitu *fee* yang dibebankan oleh *Acquiringbank* (pemilik EDC) kepada *merchants* (pemilik usaha) atas setiap transaksi melalui mesin EDC. Menu yang dimiliki oleh mesin *EDC Merchant* BRI dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah adalah sebagai berikut: cek saldo ATM, cek saldo ATM bank lain, transfer uang antar rekening BRI, transfer uang ke rekening bank lain, pembayaran setor pinjaman BRI, pembayaran PLN pasca bayar, pembelian token PLN, Pembayaran BPJS, Isi pulsa, Cek mini *statement* (data 5 transaksi terakhir), Pembayaran *Speedy*/Telkom, Pembayaran kartu Halo/*Matrix*

2. Dalam hal pemasaran produk *EDC Merchant* ini BRI KCP Pasar Colombo di Yogyakarta mempunyai beberapa strategi pemasaran yang diterapkan untuk memperkenalkan produk tersebut, yaitu : promosi melalui media (*website*), promosi melalui *customer service*, promosi melalui media cetak, promosi melalui brosur, promosi melalui spanduk, promosi melalui baliho, promosi secara *door to door*, promosi melalui kerjasama instansi.
3. Kendala pemasaran produk *EDC BRILINK* sangat banyak sebagai contoh banyaknya para pemilik usaha atau toko yang belum mengetahui produk tersebut dan menganggap persyaratan yang harus dipenuhi terlalu banyak dan merepotkan bagi pemilik usaha.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan diatas maka terdapat saran sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran melalui media brosur yang diletakkan di dalam kurang efektif. Hal ini dikarenakan nasabah yang ke bank rata-rata tidak pernah mengambil brosur yang ada/tersedia di bank. Oleh karena itu dalam memaksimalkan media pemasaran melalui brosur dapat dilakukan oleh *customer service* BRI ketika sedang ataupun setelah melakukan pelayanan kepada nasabah.
2. Strategi pemasaran melalui media brosur juga dapat dimaksimalkan dengan cara *security* BRI dapat memberikan brosur tersebut kepada nasabah ketika keluar meninggalkan bank sebagai informasi seputar produk yang dimiliki oleh BRI.

3. Harus adanya penyuluhan atau sosialisasi produk *EDC BRILINK* kepada masyarakat terutama para pemilik usaha kecil, menengah maupun besar terhadap produk tersebut sehingga produk tersebut dapat dimengerti dan dapat menambah antusiasme masyarakat untuk menggunakan mesin *EDC BRILINK*

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia dkk, 2010. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana
- Boediono. 1982. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE UGM
- BRI, 2017a. *Sejarah Bank Rakyat Indonesia*, diperoleh pada 01 Juni 2017 di: [http://www.bri.co.id/articles/9\\_\\_\\_\\_,2017b](http://www.bri.co.id/articles/9____,2017b).
- Fahmi, 2014. *Pengantar Perbankan (Teori dan Aplikasi)*. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta
- Guiltinan dan Gordon, 1987. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran* (Terj. Maulana Agus). Jakarta: Erlangga
- Hermawan, 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Cetakan ke-1. Jakarta: Erlangga
- Ikatan Bankir Indonesia, 2013. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: Gramedia
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia
- Kasmir, 2012. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Keller 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Terj. Sindoro Alexander). Jakarta: Indeks
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 1993. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty
- SK Menkeu RI Nomor 792 Tahun 1990 Tentang *Lembaga Keuangan*  
Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang *Perbankan*.