

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
PADA BANK RAKYAT INDONESIA UNIT RENGEL TUBAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Diploma III Jurusan Manajemen



Oleh:

Atik Maratussholihah

2013111001

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2015

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
PADA BRI UNIT RENGEL TUBAN**

Diajukan Oleh:

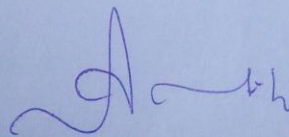
Atik Mar'artussholihah

NIM: 2013111001

Tugas akhir ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap dipresentasikan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 26-07-2016



Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M. Si

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA

PADA BRI UNIT RENGEL TUBAN

Dipresentasikan Oleh:

Atik Mar'atussholihah

NIM: 2013111001

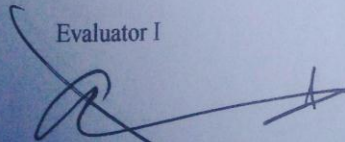
Telah dipresentasikan di depan Tim Evaluasi

dan dinyatakan lulus evaluasi Tugas Akhir

pada tanggal *20 Februari 2016*

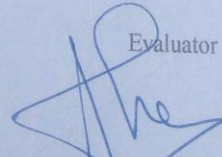
Tim Evaluasi,

Evaluator I



Drs. Ec. Mochammad Farid, MM

Evaluator II



Drs. Sudjarno Eko Suprivono, M.M

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Atik Mar'atussholihah
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 12 Juli 1994
NIM : 2013111001
Progam Pendidikan : Diploma III
Jurusan : Manajemen
Progam Studi : Manajemen Keuangan dan Perbankan
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan BritAma
pada BRI Unit Rengel Tuban

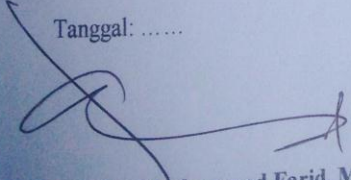
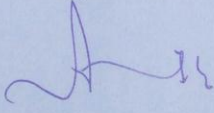
Disetujui dan Diterima baik oleh:

Ketua Progam Diploma

Dosen Pembimbing

Tanggal:

Tanggal: 20/2/2016


Drs. Ec. Mochammad Farid, MM  Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M. Si

MOTTO

**“SESUNGGUHNYA SESUDAH KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN,
TETAP IKHLAS LILLAHI TA’ALA”**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji hanya pada Allah SWT, Tuhan semesta alam. Semoga rahmat dan kesejahteraan selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan umat muslim sedunia. Alhamdulillah Allah SWT telah memberi kemudahan dan kelancaran dalam menjalankan studi di STIE Perbanas Surabaya Diploma III Manajemen dengan masa tempuh 2,5 tahun dan IPK yang memuaskan. Dan terimakasih juga telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini sehingga selesai sudah studi penulis di STIE Perbanas Surabaya.

Tak lupa penulis sampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian studi selama kuliah.

Untuk rekan-rekan seperjuangan penulis terutama Diploma III Manajemen angkatan 2013. Tetap semangat dan ikhlas untuk melaksanakan apa yang menjadi kewajiban kita, dan niatkan hanya kepada Tuhan YME.

Sekian dan terimakasih.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji hanya pada Allah SWT, Tuhan semesta alam. Semoga rahmat dan kesejahteraan selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan umat muslim sedunia. Berkat rahmat dan hidayah-NYA lah penulis akhirnya berhasil menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada BRI Unit Rengel Tuban**” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan tahap diploma pada jurusan Manajemen Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan doa yang diberikan sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini, kepada:

1. Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah banya mulangkan waktu untuk memberikan masukan ide dan motivasi super dalam penyelesaian tugas akhir
2. Drs. Ec. Moch. Farid, MM, selaku ketua Progam Studi Manajemen Keuangan dan Perbankan STIE Perbanas Surabaya
3. Dr. Luthfi, SE., M. Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
4. Dedy Adiyanto selaku Kepala BRI Unit Rengel TubanTuban
5. Anggraeni, SE, M.Si, selaku dosen wali dan seluruh dosen-dosen pengajar di Progam Studi Manajemen Keuangan dan Perbankan STIE Perbanas Surabaya

6. Seluruh karyawan dan staf BRI Unit Rengel TubanTuban yang banyak membantu penulis selama kegiatan penelitian berlangsung
7. Staf tata usaha kantik kampus (Pak Sugeng) yang banyak membantu selama masa studi di STIE Perbanas Surabaya
8. Ayah Samsul Hadi dan Ibu Khonitin serta Kakak Sufi Hamdan Mazida yang selalu mendoakan saya dimanapun berada
9. Sahabat seperjuangan arek D3 Manajemen yang selalu mengisi warna-warni kehidupan sejarah perjuangan penulis selama kuliah di STIE Perbanas Surabaya
10. Teman special Ahmad Zaki, dan SURVIVOR Darul Ulum 2 salam “*Never Get Over*”

Penulis menyadari sepenuhnya istilah “*tak ada gading yang ta retak*”, begitu pula dengan karya tugas akhir ini. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran untuk perbaikan di masa depan. Akhir kata penulis ucapkan, semoga karya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan bagi mereka orang-orang yang mempelajarinya.

Surabaya, 26 Januari 2016

Atik Maratussholihah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIPRESENTASIKAN	ii
HALAMAN PRESENTASI TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penjelasan Judul	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi BRI Unit Rengel	5
1.5.2 Bagi Penulis	5
1.5.3 Bagi Penulis Selanjutnya	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.6.2 Prosedur Pengumpulan Data	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian BRI	8
2.2 Strategi Pemasaran	9
2.3 Pengertian Tabungan BritAma	15
BAB III GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN	
3.1 Sejarah Berdirinya BRI Unit Rengel Tuban	18
3.2 Struktur Organisasi BRI Unit Rengel Tuban	19
3.3 Visi dan Misi BRI Unit Rengel Tuban	21

3.3.1	Visi BRI.....	21
3.3.2	Misi BRI.....	21
3.4	Profil Perusahaan BRI Unit Rengel Tuban	21
3.5	<i>Job Description</i>	21
3.6	Profil dan Jasa BRI Unit Rengel Tuban.....	26
3.6.1	Produk BRI.....	27
3.6.2	ATM BRI.....	41
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		
4.1	Manfaat Produk Tabungan BritAma	50
4.2	Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh BRI Unit Rengel.....	52
4.3	Kendala dalam merealisasikan Strategi Pemasaran yang dihadapi oleh BRI Unit Rengel	57
4.4	Solusi dalam merealisasikan Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan BritAma.....	57
BAB V KESIMPILAN dan SARAN		
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	62
DAFTAR RUJUKAN.....		63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1: Fasilitas ATM BRI	43
Tabel 3.2: Fasilitas Internet Banking	46
Tabel 3.3: Fasilitas SMS Banking	49
Tabel 4.1: Biaya Tabungan BritAma	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1: Struktur Organisasi BRI Unit Rengel Tuban	20
Gambar 4.1: Buku Tabungan BritAma BRI	52
Gambar 4.2: Kartu ATM BritAma BRI	52
Gambar 4.3: Logo Untung Beliung BritAma	53
Gambar 4.4: Kartu Debet ATM BritAma	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Pembukaan Rekening (AR-01)
- Lampiran 2 : Form Penutupan Rekening
- Lampiran 3 : Buku Tabungan BritAma
- Lampiran 4 : Surat Selesai Penelitian di BRI Unit Rengel

ABSTRACT

ATIK MARATUSSHOLIAH
STIE PERBANAS SURABAYA
E-mail: 2013111001@students.perbanas.ac.id

Marketing strategy is a marketing mindset to be achieved in order to achieve the purpose of marketing, Philip Kotler (2004: 8). BRI Unit Rengel Tuban implement marketing strategies using the concepts 7P mix in the marketing mix there is a set of marketing tools known in terms of four P, the product (product), price (Price), place (place or channels of distribution) and promotion (promotion), whereas in marketing services have some additional marketing tool as people (people), physical evidence (physical facilities) and process (process), that is known as 7P it can be concluded marketing mix are product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

The author conducted research on savings products BritAma BRI Rengel Tuban. Understanding BritAma savings is a savings product with the ease of a variety of supported e-banking facilities and real time online system that will allow customers to transact anytime, anywhere.

BRI Unit Rengel Tuban is the location where the author conducted research located at Jl. East Raya No. 112 Rengel, Tuban, East Java No. Telephone (0356) 811652nd. It provides easy access for employees and customers who want to come to the bank.

Keywords: Marketing Strategy, BritAma savings, and BRI Unit Rengel Tuban

