STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BRITAMA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)TBK CABANG MOJOKERTO

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Penyelesaian
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Keuangan dan Perbankan

OLEH :

OVITA DWI PRIVIDYANTO

2016110537

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Ovita Dwi Prividyanto
Tempat, Tanggal Lahir	:	Tulungagung, 07 Oktober 1997
N.I.M	:	2016110537
Program Studi	:	Perbankan dan Keuangan
Program Pendidikan	:	Diploma 3
Judul	:	Strategi Pemasaran Tabungan Britama dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Diploma 3,	Dosen Pembimbing,
Tanggal : 15 Agustus 2019	Tanggal : 15 Agustus 2019
(Dr. Kautsar R. Salman, SE. MSA. Ak.)	**(Drs. Sudjarno Eko Supriyono, M.M.)**
	NIDN.0726045503

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BRITAMA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)TBK CABANG MOJOKERTO

OVITA DWI PRIVIDYANTO
2016110537
E-mail : **2016110537@students.perbanas.ac.id**

ABSTRACT

PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk is one of the trusted banks and has the widest network, one of them branch office is PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Mojokerto Branch Office that became a place of research thesis. BRI currently has several superior products that can compete both in terms of technology and proximity to the community. The most reliable savings product and has the largest number of customers is the BritAma Savings. The analysis used is segmentation, targeting, and positioning as well as the marketing mix of 7P BritAma savings products. The research method used is descriptive qualitative data collection techniques, namely interviews, documentation, literature study and observation.

Keywords : BRI Bank Mojokerto branch office, BritAma Saving

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kotler menyatakan "Manajemen pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dalam mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan atau pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain" (Kotler, 2015)

Strategi pemasaran adalah kerangka kerja yang menjadi dasar seluruh kegiatan untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran memeiliki beberapa faktor yang saling berhubungan :

1. Analisis situasi pasar dan persaingan
2. Segmentasi pasar yang didasarkan pada aspek demografis, dan geografis
3. Bauran pemasaran (*marketing mix),* yaitu digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam memenuhi target pasar.

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto ?, Apa saja fasilitas yang diberikan Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto ?, Apa hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto, Untuk mengetahui fasilitas yang diberikan Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang

Mojokerto, Untuk mengetahui hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk Cabang Mojokerto.

Manfaat Penelitian

Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto seberapa jauh Tabungan BritAma dikenal oleh masyarakat dan dapat dijadikan sebagai media memperkenalkan dan media promosi terhadap produk Tabungan BritAma sehingga dapat dilakukan tindakan perbaikan apabila terjadi permasalahan pemasaran.

Bagi STIE Perbanas Surabaya dapat mengetahui kemampuan, pengalaman, dan keterampilan mahasiswa dalam membuat suatu penulisan ilmiah dan dapat digunakan referensi bacaan di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya

Bagi Mahasiswa dengan mengadakan penelitian ini, dapat menambah pengetahuan dan wawasan praktis dari perusahaan tempat penelitian dilakukan dan sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Diploma-III

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bank

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2014).

Fungsi dan Tujuan Bank

Menurut Sembiring (2012), bahwa fungsi bank adalah “fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat”.

Adapun fungsi-fungsi tersebut dibagi menjadi 3 yaitu:

1. *Agent of Trust*
   Kepercayaan (*trust*) adalah kunci dan dasar utama kegiatan perbankan. Kepercayaan disini meliputi kegiatan menghimpun dana dari masyarakat maupun dalam penyalurannya kembali ke masyarakat atau bank lain.
2. *Agent of Development*
   Sektor riil dan sektor moneter merupakan dua hal perekonomian yang tidak dapat dipisahkan, saling berinteraksi dan saling mempengaruhi.
3. *Agent of Service*
   Penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah dan dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana

Tujuan Jasa Perbankan

Menurut Undang – Undang No. 10 1998 pasal 3 tentang perbankan dinyatakan bahwa perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan, nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak

Klasifikasi Jenis Bank

Klasifikasi bank menurut Kasmir (2014) dibagi atas beberapa jenis **:**

Jenis Bank Menurut Kegiatannya

a. Bank Umum
b. Bank Perkreditan Rakyat

Jenis Bank Menurut Kepemilikan

a. Bank Milik Pemerintah.
b. Bank Milik Pemerintah Daerah
c. Bank Milik Swasta Nasional
d. Bank Milik Asing
e. Bank Milik Campuran

Jenis Bank Menurut Statusnya

a. Bank Devisa
b. Bank Non Devisa

Jenis Bank Menurut Prinsip Operasinya

a. Bank Berdasarkan Prinsip Konvensional
b. Bank Berdasarkan Prinsip Syariah

Pengertian Tabungan

Menurut Kasmir (2012) simpanan tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan pada bank yang mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpang uang di rekening tabungan juga berbeda. Tabungan merupakan hutang bank kepada masyarakat, dalam hal ini tabungan dikelompokkan kedalam hutang jangka pendek dalam neraca bank.

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung dari persyaratan bank masing-masing, Alat yang dimaksud adalah :

a. Buku Tabungan
b. Slip Penarikan
c. Kartu Yang Terbuat Dari Plastik

Jenis Tabungan

Menurut Kasmir (2014) dalam perbankan di Indonesian ini terdapat beberapa jenis-jenis tabungan. Perbedaan jenis tabungan ini hanya terletak pada fasilitas yang diberikan kepada si penabung. Dengan demikian, nasabah mempunyai banyak pilihan jenis-jenis dimaksud adalah:

1. Tabanas
2. Taska
3. Tabungan lainnya

Tujuan Tabungan

Tujuan tabungan antara lain :

1. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah banl dalam nasabah tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi yang bisa dilakukan.
2. Meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank.
3. Mengantisipasikan persaingan antar bank.

Perhitungan Suku Bunga Tabungan

Perhitungan tinkat suku bunga dapat dua metode, yaitu :

1. Berdasarkan Saldo Terendah Bunga : $\frac{i\,\%\,x\ hari\ bunga\ x\ nominal\ (saldo\ terendah)}{365}$
2. Metode Saldo Rata-Rata Bunga : $\frac{i\,\%\ x\ hari\ bunga\ x\ nominal\ (saldo\ harian\ rata-rata)}{365}$
3. Metode Saldo Harian Bunga : $\frac{i\,\%\,x\ hari\ bunga\ x\ nominal\ (saldo\ harian\ )}{365}$

Teori Pemasaran Dalam Perbankan

Strategi Pemasaran Bank

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambung melalui pasar yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut" Tjiptono (2015).Strategi pemasaran didasarkan atas lima konsep strategi sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar adapun beberapa dasar segmentasi pasar
2. *Market Positioning*

3. *Market Entry Strategy*
4. *Marketing Mix Strategy*
5. *Timing Strategy*METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Juliansyah (2011) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

Sugiyono (2011) juga mengemumakan metode kualitatif sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah

Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitidimana terdapat suatu peristiwa dalam penelitian kualitatif yaitu peneliti menjadi instrument utama *(key instrument)* dalam pengumpulan data dan menginterpretasi data dengan dibimbing oleh pedoman wawancaran dan dengan pedoman observasi.

Penelitian akan melakukan wawancara (*interview*) dengan petugas bank dan kepada nasabah yang bersangkutan, dokumentasi, studi pustaka dan observasi mengamati secara langsung untuk membuktikan kebenaran masalah dan kelengkapan data yang ada dari hasil analisis peneliti.

Batasan Penelitian

Pemahaman fasilitas yang diberikan produk tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Mojokerto, Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Mojokerto, Hambatan dan solusi dalam strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Mojokerto.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam bab ini data dan metode pengumpulan data ini terdapat beberapa pembahasan yang dapat dijabarkan, yaitu sumber data dan metode pengumpulan data.

a. Metode Wawancara / *Interview*
b. Observasi
c. Dokumentasi
d. Studi Kepustakaan

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data secara deskriptif. Teknik analisis deskriptif merupakan Teknik analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau mendiskripsikan suatu peristiwa, keadaan, data-data baik berupa angka-angka maupun kata-kata yang diperoleh pada saat pengumpulan data. Dan juga menggunakan teknik analisis data secara kualitatif yang cara anilisisnya sama seperti analisis data secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek Penelitian
Sejarah Umum Bank BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank tertua dan bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk didirikan di Purwokerto oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto". Inilah lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi), dan menjadi cikal bakal BRI. Hari pendirian. Tanggal pendirian bank tersebut

pada 16 Desember 1895, 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.

Visi dan Misi

Visi

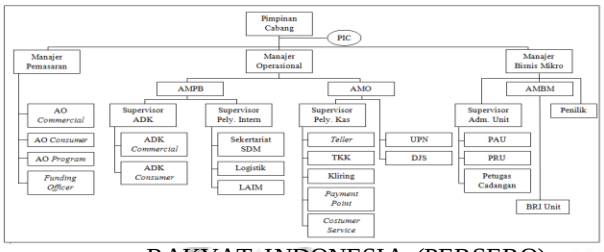
Visi Bank BRI yakni menjadi sebuah bank terkemuka di Indonesia yang akan selalu mengutamakan kepuasan para nasabahnya.

Misi

1. Bank BRI mampu melakukan segala jenis kegiatan perbankan terbaik dengan mengutamakan pelayanan yang diberikan kepada badan usaha mikro, menengah, dan kecil guna meningkatkan perekonomian masyarakat.
2. Bank BRI akan senantiasa memberikan pelayanan prima pada setiap nasabahnya melalui jaringan BRI yang luas dan didukung dengan adanya sumber daya manusia professional serta teknologi yang handal, melaksanakan manajemen resiko dan praktek GCG (*Good Cooperate Governance*) yang baik.

Struktur Organisasi Pada Bank BRI

Adapun Struktur Organisasi Kantor Cabang Bank BRI JAWA TIMUR adalah sebagai berikut :



RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK – Bagian Sumber Daya Manusia

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Kantor Cabang Bank BRI JAWA TIMUR

Produk Umum Bank BRI

Berikut merupakan macam-macam produk-produk dari Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Mojokerto adalah sebagai berikut :

1. Simpanan Bank BRI
   a. Tabungan BRI Junio
   b. Tabungan BRI Britama
   c. Tabungan Britama Valas
   d. Tabungan Haji BRI
   e. Tabungan Simpedes
   f. Tabunganku BRI
   g. Tabungan Simpedes TKI
   h. Tabungan Britama Bisnis
2. Produk Investasi
   b) Deposito BRI
   c) Tabungan Britama Rencana
   d) Tabungan BRI Simpedes
   e) Tabungan BRI *Installment Saving Junio* Produk Pinjaman
3. Kredit Modal Kerja
   a. Kredit Investasi
   b. Kupedes
   c. Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI
   d. BRIGUNA
4. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Jasa Yang Diberikan
   a. Bank Garansi
   b. Kliring
   c. *Bill Payment*
   d. Transfer dan LLG.
   e. Layanan (LLG) Lalu Lintas Giro
   f. *STANDBY L/C (Bank Guarantee).*

Hasil Penelitian

Berikut hasil penelitian yang diperoleh tentang bagaimana Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto:

Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

pemasaran yang dapat ditetapkan sebagai berikut :

a. Strategi Pengembangan Pasar

Salah satu contoh strategi komunikasi Tabungan BRI BritAma yang ditunjukan untuk masyarakat perkotaan, dilakukan dengan mengadakan undian Untung Beliung BritAma. Dengan adanya undian nasabah akan rajin untuk menabung di bank. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, juga mengadakan suatu pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk tabungan BritAma ke pasar baru dan yang lebih luas lagi. Selain dengan pameran pengenalan tabungan BritAma juga dapat dilakukan dengan penyebaran brosur, pemasangan panflet, atau dengan pengenalan langsung dengan nasabah melalui *customer service* dan memasarkan produk lama atau baru kepada segmen pasar baru.

b. Strategi Penestrasi Pasar

Strategi ini dapat dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto diantaranya adalah melakukan perluasan jaringan dan penambahan jumlah kantor operasional. Adapun

kegiatan yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan jaringan unit kerja kantor wilayah, Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, BRI Unit dan Teras BRI. Serta merelokasi kantor operasional dan unit ATM yang dinilai kurang potensial..

c. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto merupakan kunci dan dasar untuk membangun PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto. Oleh karena itu, segala hal yang dilakukan harus dengan baik dan bermutu demi terciptanya kepuasan pelanggan. Menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pasti tidak ragu untuk menggunakan tabungan BritAma yang ditawarkan.

d. Meningkatkan kualitas SDM

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dengan mendirikan BRI *Corporate University* untuk menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan selaras dengan kebutuhan pengembangan bisnis. Pendidikan yang diberikan kantor pusat yaitu dengan adanya *training* setahun dua kali dan dari kantor cabang seminggu dua kali untuk *rollplay*.

e. Srategi Pengembangan Produk

Dalam strategi ini untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk/jasa baru atau memperbaiki produk/jasa yang sudah ada. Untuk dapat bersaing dengan produk perbankan yang lain. Bank BRI optimis Tabungan BritAma dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terkait akses jasa layanan perbankan yang mudah, aman, dan cepat, sekaligus memberikan solusi bisnis yang innovatif dan komprehensif. Kartu ATM/*Debit Card* yang dilengkapi jaringan ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima, Matercard, Cirrus, Maestro, Bankcard dan JCB akan mempermuda nasabah untuk bertransaksi perbankan dimanapun mereka berada.

Fasilitas Yang Diberikan Produk Tabungan BritAma Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Bank BRI memang memberikan fasilitas yang cukup untuk memudahkan nasabahnya terutama dalam bertransaksi dengan mesin ATM yang bertebaran dimana-mana yang meliputi :

a. 6300 ATM BRI
b. 18.500 ATM LINK
c. 22.000 ATM BERSAMA
d. 800.000 ATM berlogo cirrus diseluruh dunia.

Produk tabungan BritAma memberikan kemudahan dengan didukung fasilitas e-banking dan sistem real time online yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun

Fasilitas

a. Kemudahan bertransaksi di lebih dari 10.000 Unit Kerja BRI dan 22.000 ATM BRI seluruh Indonesia.
b. Aksesibilitas Kartu ATM / Debit BRI

1. Kartu ATM / *Debit Card* menawarkan 3 (tiga) jenis kartu

yaitu : *classic, Gold,* dan *Platinum* yang mempunyai limit transaksi yang berbeda. Nasabah dapat memilih jenis kartu sesuai kebutuhannya.

2. Kartu ATM / *Debit Card* berfumgsi sebagai kartu ATM dan kartu debit dan mempunyai aksesbilitas yang lengkap dan luas.
3. Dapat digunakan untuk bertransaksi belanja melalui *merchant* di seluruh dunia yang berlogo maestro dan *mastercard* .

c. Fasilitas E-Banking BRI

1. ATM (*Automatice Teller Machine*) Merupakan layanan transaksi perbankan melalui ATM BRI, ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Cirrus di seluruh dunia.
2. *Phone Banking* BRI Layanan informasi dan tranaksi perbankan selama 24 jamyang dapat diakses nasabah Tabungan BRI BritAma melalui *call center* BRI 14017 dengan *hotline* 14017 (pulsa local) atau melalui nomer 021-57-987-400
3. *Mobile Banking* Nasabah tabungan BRI BritAma dapat melakukan transaksi perbankan melalui : *SMS Banking, Internet Banking,* dan *Mobile Banking,*
4. Mini ATM Layanan yang merupakan pengembangan dari fungsi EDC (*electronic data capture)* yang dapat melayani transaksi non tunai
5. CDM (*Cash Deposit Machine*) Suatu alat / mesin yang digunakan untuk melakukam transaksi setoran tunai dan transaksi non tunai lainnya sebagai alternatif pengganti teller.

d. Gratis asuransi kecelakaan diri

Setiap nasabah dengan saldo minimum Rp 500.000,- berhak atas jaminan asuransi kecelakaan diri (personal accident) dengan nilai pertanggungan maksimal sebesar 250% dari saldo terakhir atau maksimum sebesar Rp.150.000.000,-.

Fasilitas Transaksi Otomatis , meliputi:

a. *Automatic Fund Transfer* (AFT) Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan nasabah.
b. *Account Sweep* Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya secara otomatis, yang sebelumnya telah di set up sesuai dengan batasan saldo minimal dan maksimal yang ditetapkan nasabah.
c. *Automatic Grab Fund* (AGF) Untuk menarik (mendebet) dana Tabungan BRI BritAma secara otomatis oleh satu rekening tertentu, misalnya untuk angsuran pembayaran rekening pinjaman Bank.

Hambatan dan Solusi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran selalu ada hambatan dan setiap hambatan yang dialami pasti ada solusi yang diberikan. Maka pada sub bab ini akan menjelaskan hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto.

A. Hambatan Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Adapun hambatan-hambatan yang sering dihadapi dalam pemasaran tabungan BritAma pada PT. Bank

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto :

1. Adanya persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.
   Persaingan ini juga menjadi hambatan dalam pemasaran karena produk yang diberikan biasanya memiliki keunggulan yang berbeda tipis yang menjadikan nasabah ragu untuk memilih produk tersebut.
2. Nasabah Minim Informasi Tabungan BritAma.
   Kurangnya informasi produk tabungan BritAma dalam pengembangan bauran pemasaran nasabah terhadap produk dan jasa. BRI memiliki banyak produk simpanan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Hal ini memiliki pengaruh pengenalan produk tabungan BritAma dalam pemasarannya nasabah memperoleh informasi yang minim, sehingga nasabah belum paham dengan produk tabungan BritAma secara jelas.
3. Persaingan Tingkat Suku Bunga
   Masih banyak masyarakat yang enggan menabung di Bank karena tingkat suku bunga yang rendah apalagi sekarang bank-bank mulai bersaing dalam meningkatkan tingkat suku bunga. Persaingan tingkat suku bunga inilah yang membuat masyarakat yang ragu dan enggan menyimpang dana di Bank.

B. Solusi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan BRI BritAma maka PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto memiliki strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada diatas, yaiutu :

1. Untuk mengatasi persaingan dengan Lembaga keuangan lainnya yang beragam maka PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat secara meluas, dengan memasarkan lagi ketempat-tempat umum, penyebaran brosur, pemasangan iklan, dan menonjolkan keuntungan menggunakan Tabungan BritAma yang membedakan dari simpanan yang lain
2. Melakukan pendakatan lagi kepada nasabah tentang Tabungan BritAma dan memberikan informasi yang jelas, lugas dan tepat kepada nasabah agar mudah dipahami. Sebuah informasi yang jelas akan memudahkan nasabah untuk memahami produk Tabungan BritAma.
3. Untuk menyelesaikan permasalahan dalam persaingan tingkat suku bunga sebaiknya bank memberikan suatu rangsangan yang menarik kepada masyarakat agar mau menyimpan dana di bank. Bank memberikan tingkat bunga yang lebih tinggi sedikit dan pemberian cashback apabila tabungan mengendap ≤ Rp 5000.000

Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Mojokerto mengenai penelitian tentang salah satu produk penyimpanan dana (*funding*) yaitu produk tabungan BRI BritAma. Berikut hasil penelitian yang diperoleh tentang bagaimana Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto:

Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap *segmentation, targeting,* dan *positioning* serta bauran pemasaran 7P produk tabungan BritAma mempertimbangkan faktor, aktor, dan tujuan dalam pemilihan strategi pemasaran, maka terdapat lima alternatif strategi pemasaran yang dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi pemasaran yang dapat ditetapkan sebagai berikut :

a. Strategi Pengembangan Pasar

Bank BRI senantiasa meningkatksn kuantitas dan kualitas baik konvensional maupun eletronik untuk meningkatkan jangkauan layanan. Bank BRI menerapkan strategi pengembangan menyeluruh guna menjangkau berbagai segmen mulai dari pedesaan hingga pemukiman di kota-kota satelit.

Bank BRI juga bekerja sama dengan beberapa instansi pemerintahan, perusahaan, dan sekolah untuk mendukung dalam meningkatkan pengguna tabungan BritAma.

Salah satu contoh strategi komunikasi Tabungan BRI BritAma yang ditunjukan untuk masyarakat perkotaan, dilakukan dengan mengadakan undian Untung Beliung BritAma. Dengan adanya undian nasabah akan rajin untuk menabung di bank. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, juga mengadakan suatu pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk tabungan BritAma ke pasar baru dan yang lebih luas lagi. Selain dengan pameran pengenalan tabungan BritAma juga dapat dilakukan dengan penyebaran brosur, pemasangan panflet, atau dengan pengenalan langsung dengan nasabah melalui *customer service* dan memasarkan produk lama atau baru kepada segmen pasar baru.

b. Strategi Penestrasi Pasar

Strategi ini dapat dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto diantaranya adalah melakukan perluasan jaringan dan penambahan jumlah kantor operasional. Adapun kegiatan yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan jaringan unit kerja kantor wilayah, Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, BRI Unit dan Teras BRI. Serta merelokasi kantor operasional dan unit ATM yang dinilai kurang potensial. Selain dengan pembukaaan kantor operasional dan menambah unit ATM dapat dengan menambah fasilitas EDC di berbagai pusat perbelanjaan atau tempat-tempat yang ramai dikunjungi konsumen dengan adanya penambahan fasilitas akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi.

Selain itu, untuk menjangkau yang tak terjangkau dan melayani yang tak terlayani, Bank BRI juga meluncurkan produk layanan bergerak berupa E-Buzz dan Teras Keliling, berupa mobil terpadu yang dapat melayani nasabah di daerah - daerah perairan dan kepulauan.

Pendekatan yang lain dapat dilakukan dalam memperbesar volume bisnis kepada nasabah untuk meningkatkan jumlah saldo tabungan dan melakukan peningkatan usaha pemasaran produk tabungan yang didukung oleh teknologi. Pengadaan alat promosi juga dapat dilakukan seperti souvenir atau special gift untuk pembukaan rekening baru tabungan BritAma maupun penghargaan loyalitas nasabah tabungan BritAma.

c. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Bank BRI yaitu memberikan kualitas kerja yang baik untuk kepuasan nasabah. Dalam strategi ini PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang

Mojokerto harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah berupa menerima, melayani, mengatasi, mengadministrasikan, memperkenalkan maupun menawarkan produk/jasa tabungan BritAma kepada nasabah.

Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto merupakan kunci dan dasar untuk membangun PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto. Oleh karena itu, segala hal yang dilakukan harus dengan baik dan bermutu demi terciptanya kepuasan pelanggan. Menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pasti tidak ragu untuk menggunakan tabungan BritAma yang ditawarkan.

Kepuasan nasabah muncul karena adanya kualitas layanan prima yang diberikan oleh pihak bank, mencakup lima hal yaitu *reliability* yaitu memberikan pelayanan yang tepat, cepat, dapat dipercaya dan diandalkan,unsur *responsiveness* yaitu lebih tanggap dengan nasabah tidak membiarkan nasabah menunggu dan memberikan bantuan sesuai dengan masalah nasabah, unsur *assurance* yaitu memberikan rasa aman dan nyaman dengan keberadaaan petugas, unsur *emphaty* yaitu memebrikan informasi terbaru mengenai produk tabungan BritAma, *dan* unsur *tangible* Gedung yang nyaman dan bersih dan fasilitas diberikan mudah dijangkau, serta penampilan petugas sopan dan menarik.

d. Meningkatkan kualitas SDM

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dengan mendirikan BRI *Corporate University* untuk menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan selaras dengan kebutuhan pengembangan bisnis. Pendidikan yang diberikan kantor pusat yaitu dengan adanya *training* setahun dua kali dan dari kantor cabang seminggu dua kali untuk *rollplay*.

Sebagai salah satu wujud komitmen perusahaan, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto juga memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi sebagai apresiasi perusahan, hal tersebut akan membuat karyawan lainnya termovitasi untuk dapat menjadi lebih baik.

Pekerja Bank BRI memposisikan diri menjadi sumber daya manusia yang kreatif, inovatif memiliki kemampuan belajar dan kemauan berubah. Karena sebagai tolak ukur dalam dunia perbankan tingkat kualitas sumber daya manusia.

e. Srategi Pengembangan Produk

Dalam strategi ini untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk/jasa baru atau memperbaiki produk/jasa yang sudah ada. Untuk dapat bersaing dengan produk perbankan yang lain. Bank BRI optimis Tabungan BritAma dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terkait akses jasa layanan perbankan yang mudah, aman, dan cepat, sekaligus memberikan solusi bisnis yang innovatif dan komprehensif. Kartu ATM/*Debit Card* yang dilengkapi jaringan ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima, Matercard, Cirrus, Maestro, Bankcard dan JCB akan mempermuda nasabah untuk bertransaksi perbankan dimanapun mereka berada.

Dengan mengupgrade produk yang ditawarkan makab Bank BRI mendesain produk BritAma yang elegan dan dilengkapi dengan sistem keamanan. Kartu ATM/*Debit Card* yang dulunya menggunakan pita magnetic (*magnetic stripe)* sekarang menggunakan teknologi

chip. Keuntungan dengan adanya *chip* adalah tidak mudah menjadi sasaran kejahatan skimming

Fasilitas Yang Diberikan Produk Tabungan BritAma Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Tabungan BritAma merupakan produk tabungan yang memberikan beragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas *e-banking* dan *system real online* yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Nasabah yang memiliki saldo minimum Rp. 500.000 berhak mendapat asuransi kecelakaan diri (*personal accident*) dengan maksimal pertanggungan 250 % dari saldo terakhir atau maksimum Rp 150.000.000.

Tabungan BritAma ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Jenis tabungan BritAma memang lebih lengkap dalam pemberian fasilitasnya di banding tabungan lainnya pada bank BRI, ini dapat dilihat pada kartu ATM yaitu memiliki logo "*master card*" yang tidak terdapat pada produk tabungan BRI lainnya. Dengan adanya m*aster card* nasabah dapat berbelanja di seluruh dunia yang memiliki logo maestro dan *mastercard* .

Beberapa faktor nasabah membuka tabungan BritAma karena memiliki keamanan dalam menyimpan uang dan identitas nasabah terjaga. Produk tabungan BritAma sendiri memberikan kemudahan dalam bertransaksi karena lokasi yang strategis dan jaringan yang luas.

Bank BRI memang memberikan fasilitas yang cukup untuk memudahkan nasabahnya terutama dalam bertransaksi dengan mesin ATM yang bertebaran dimana-mana yang meliputi :

a. 6300 ATM BRI
b. 18.500 ATM LINK
c. 22.000 ATM BERSAMA
d. 800.000 ATM berlogo cirrus diseluruh dunia.

Produk tabungan BritAma memberikan kemudahan dengan didukung fasilitas e-banking dan sistem real time online yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun

Fasilitas

a. Kemudahan bertransaksi di lebih dari 10.000 Unit Kerja BRI dan 22.000 ATM BRI seluruh Indonesia.
b. Aksesibilitas Kartu ATM / Debit BRI
c. Dapat digunakan untuk bertransaksi belanja melalui *merchant* di seluruh dunia yang berlogo maestro dan *mastercard* .
d. Fasilitas E-Banking BRI
e. Mini ATM Layanan yang merupakan pengembangan dari fungsi EDC (*electronic data capture)* yang dapat melayani transaksi non tunai
f. *Mobile Banking* Nasabah tabungan BRI BritAma dapat melakukan transaksi perbankan melalui : *SMS Banking, Internet Banking,* dan *Mobile Banking*
g. CDM (*Cash Deposit Machine*)
h. Gratis asuransi kecelakaan diri

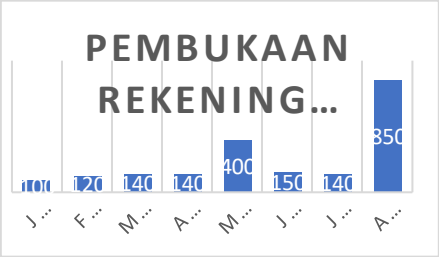
Fasilitas Transaksi Otomatis , meliputi:

a. *Automatic Fund Transfer* (AFT) Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan nasabah.
b. *Account Sweep* Fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya secara otomatis, yang sebelumnya telah di set up sesuai dengan batasan saldo minimal dan maksimal yang ditetapkan nasabah.
c. *Automatic Grab Fund* (AGF) Untuk menarik (mendebet) dana Tabungan BRI BritAma secara otomatis oleh satu rekening tertentu, misalnya untuk angsuran pembayaran rekening pinjaman Bank.

Dapat diketahui melalui hasil penelitian dalam strategi pemasaran yang diterapkan dapat mengalami peningkatan

Tabel 4.1

Data Jumh Nasabah Baru Tabungan BritAma



PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, setiap harinya melayani pembukaan rekening baru BritAma 5 - 10 nasabah dalam satu bulan bisa mencapai 100 sampai 150 nasabah. Dalam bulan tertentu bank BRI dapat melayani lebih dari 150 nasabah karena bank BRI berkerja sama dengan beberapa instansi kementrian agama, guru, polisi, dan pengadilan negeri. Dibulan mei bank BRI dapat mencapai 400 nasabah karena bank BRI bekerja sama dengan guru untuk penggajian sertifikasi guru dan dibulan agustus Bank BRI melayani instansi kepolisian dalam pembukaan rekening baru, untuk para polisi baru sejumlah 750 nasabah dan ditambah nasabah biasa sebanyak 100 nasabah.

Dapat dilihat hasil grafik pembukan rekening baru selama bulan januari sampai dengan agustus, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, mengalami penaikkan dan juga penurunan. Untuk menangani masalah penurunan Bank BRI menggunakkan beberapa strategi untuk mendorong produk tabungan BritAma dalam meningkatkan jumlah nasabah agar tidak terjadi penurunan yang signifikan.

Hambatan dan Solusi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran selalu ada hambatan dan setiap hambatan yang dialami pasti ada solusi yang diberikan. Maka pada sub bab ini akan menjelaskan hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto.

Hambatan Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Adapun hambatan-hambatan yang sering dihadapi dalam pemasaran tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto :

1. Adanya persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.
   Persaingan ini juga menjadi hambatan dalam pemasaran karena produk yang diberikan biasanya memiliki keunggulan yang berbeda tipis yang menjadikan nasabah ragu untuk memilih produk tersebut.
2. Nasabah Minim Informasi Tabungan BritAma.
   Kurangnya informasi produk tabungan BritAma dalam pengembangan bauran pemasaran nasabah terhadap produk dan jasa. BRI memiliki banyak produk simpanan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Hal ini memiliki pengaruh pengenalan produk tabungan BritAma dalam pemasarannya nasabah memperoleh informasi yang minim, sehingga nasabah belum paham dengan produk tabungan BritAma secara jelas.
3. Persaingan Tingkat Suku Bunga
   Masih banyak masyarakat yang enggan menabung di Bank karena tingkat suku bunga yang rendah apalagi sekarang bank-bank mulai bersaing dalam meningkatkan tingkat suku bunga. Persaingan tingkat suku bunga inilah

yang membuat masyarakat yang ragu dan enggan menyimpang dana di Bank.

Solusi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto

Untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan BRI BritAma maka PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto memiliki strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada diatas, yaiutu :

1. Untuk mengatasi persaingan dengan Lembaga keuangan lainnya yang beragam maka PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat secara meluas, dengan memasarkan lagi ketempat-tempat umum, penyebaran brosur, pemasangan iklan, dan menonjolkan keuntungan menggunakan Tabungan BritAma yang membedakan dari simpanan yang lain
2. Melakukan pendakatan lagi kepada nasabah tentang Tabungan BritAma dan memberikan informasi yang jelas, lugas dan tepat kepada nasabah agar mudah dipahami. Sebuah informasi yang jelas akan memudahkan nasabah untuk memahami produk Tabungan BritAma.
3. Untuk menyelesaikan permasalahan dalam persaingan tingkat suku bunga sebaiknya bank memberikan suatu rangsangan yang menarik kepada masyarakat agar mau menyimpan dana di bank. Bank memberikan tingkat bunga yang lebih tinggi sedikit dan pemberian cashback apabila tabungan mengendap ≤ Rp 5000.000

Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai penelitian yang dilakukan yaitu tentang Strategi pemasaran Produk Tabungan BritAma, fasilitas yang diberikan Produk Tabungan BritAma dalam strategi pemasaran pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, Beberapa strategi pemasaran yang diharapkan mampu menambah lagi nasabah baru maupun nasabah lama, yaitu dengan :

a. Strategi pengembangan pasar
b. Strategi penestrasi pasar
c. Meningkatkan kualitas pelayanan
d. Meningkatkan kualitas SDM
e. Strategi pengembangan produk

Dengan dorongan strategi pemasaran dan memberikan dukungan dengan adanya fasilitas *e-banking* dan *system real online* yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun, bertransaksi dengan mudah tanpa adanya kesulitan untuk menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank BRI. Beberapa fasilitas yang diberikan, yaitu:

a. Kemudahan bertransaksi di lebih dari 10.000 Unit Kerja BRI dan 22.000 ATM BRI seluruh Indonesia.
b. Aksesibilitas Kartu ATM / Debit BRI
c. Fasilitas E-Banking BRI
d. Gratis asuransi kecelakaan diri

Fasilitas Transaksi Otomatis , meliputi:

a. *Automatic Fund Transfer* (AFT)
b. *Account Sweep*
c. *Automatic Grab Fund* (AGF)

Dengan beberapa strategi yang diterapkan diharapkan mampu membantu Bank BRI untuk menyelesaikan hambatan-hambatan yang dialami PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto, solusi yang diberikan mampu menambahkan minat nasabah baru tabungan BritAma.

Simpulan

Dalam pemasaran bank produk/jasa penting untuk direncanakan agar produk /jasa yang lama dan kurang menarik dapat digantikan atau diperbaharui sehingga nasabah tidak akan beralih ke bank lain.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, dan untuk berkembang. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran sebagai penentu langkah-langkah dalam mencapai target.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto adalah dengan analisis terhadap *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* serta bauran pemasaran 7P bertujuan untuk mempengaruhi pasar, konsumen, dan permintaan dan merebut pembeli dalam suatu persaingan. Dengan analisis yang dilakukan akan dapat membantu dalam penyusunan strategi pemasaran. Hasil analisis tersebut akan muncul bauran pemasaran yang tidak tepat dan mengganti dengan bauran yang tepat agar nasabah nyaman dengan tabungan BritAma dan tidak pindah ke produk lain serta dengan adanya tabungan BritAma bisa meningkatkan kas pendapatan bagi bank dan menguntungkan bagi nasabah karena dapat membantu kegiatan transaksi secara mudah dengan berbagai fasilitas yang diberikan tabungan BritAma.

Saran

Saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya agar lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan akan melakukan penelitian dengan judul maupun pembahasan yang sama sebaiknya dilakukan di bank lain yang berbeda mengenai strategi pemasaran tabungan BritAma karena bisa saja berbeda strateginya.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada bank yang sama yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto sebaiknya mencari pembahasan dan topik yang berbeda karena bank memiliki banyak produk selain BritAma, dengan begitu kita akan lebih banyak mengetahui dan memahami produk/jasa yang dimiliki Bank BRI
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan akan melakukan penelitian dengan topik serta pembahasan yang sama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto. Sebaiknya, menggunakan aturan-aturan terbaru atau keunggulan fasilitas yang baru.
4. Bagi bank selanjutnya diharapkan melakukan perkembangan pemasaran produk tabungan BritAma yaitu dengan meningkatkan frekuensi promosi seperti pemberian brosur kepada calon nasabah dan meningkatkan kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk pembukaan rekening baru karyawan perusahaan.

Implikasi

Setelah melakukan penelitian pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto. Ada beberapa implikasi yang disampaikan untuk membantu kelancaran :

1. Strategi pemasaran yang digunakan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto dengan analisis *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* serta bauran pemasaran 7P untuk lebih diterapkan lagi dan dilakukan pendekatan langsung kepada nasabah seperti diadakan undian berhadiah, sering mengadakan pameran untuk pengenalan produk BritAma dan penyebaran brosur pada saat event.
2. Tetap menanamkan dan menerapkan nilai-nilai perusahaan yang menjadi landasan berpikir, bertindak, serta berperilaku

DAFTAR PUSTAKA

(Tentang BRI: http://bri.co.id/

Juliansyah, N. (2011). *Metode penelitian skripsi, tesis, disertasi dan karya ilmiah* . Jakarta: Kencana.

Kasmir. (2012). *Dasar-dasar perbankan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2014). *Dasar-dasar Perbankan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, P. (2015). *Marketing Management.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1* (2 ed.). Jakarta: Erlangga.

Pemerintah Indonesia .1998. *Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan*

Sembiring, S. (2012). *Hukum Perbankan Edisi Revisi.* Maju Mundur.

Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Pendidikan (pendekatan kauntitaif, kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Situs Bank BRI. (2019). Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia (Persero). Diakses tanggal 15 Februari 2019. Dengan alamat website https://bri.co.id/sejarah

Situs Bank BRI. (2019). Fasilitas Tabungan BRITAMA Bank Rakyat Indonesia (Persero). Diakses tanggal 15 Februari 2019. Dengan alamat website (http://bri.co.id

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi kempat.* Yogyakarta: Andi.

Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank.* Graha Ilmu.