

**PELAKSANAAN PEMASARAN PRODUK DEPOSITO PADA BANK
RAKYAT INDOSEIA KANTOR CABANG PEMBANTU GUBENG
SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh:

HENI MARYA
NIM: 2017110028

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2020**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Heni Maryana
Tempat, Tanggal lahir : Bangkalan, 06 Oktober 2000
NIM : 2017110028
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Program Pendidikan : Diploma 3
Judul : Pemasaran Produk Deposito pada Bank Rakyat
Indonesia kantor cabang pebantu Gubeng Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanggal 13 September 2020

(Dr. Drs. Emanuel Kristijadi, M.M)

NIDN: 0725126003

Ketua Program Studi Diploma 3,

Tanggal 13 September 2020

(Dr. Kautsar R. Salman, SE., MSA., Ak)

NIDN : 726117702

**IMPLEMENTATION OF MARKETING OF DEPOSITO PRODUCTS IN
INDONESIAN PEOPLE BANKS OF GUBENG SURABAYA BRANCH
OFFICE**

Heni Maryana

2017110028

E-mail: 2017110028@students.perbanas.ac.id

STIE Perbanas Surabaya

ABSTRACT

This research was conducted at Bank Rakyat Indonesia Surabaya Gubeng Sub-Branch Office as the object of research with the implementation of the marketing of deposit products. The purpose of this research is to find out and know the products and procedures for the deposit and the process of marketing the deposit products at Bank Rakyat Indonesia, the sub-branch of Gubeng Surabaya. With the implementation of marketing tailored to the circumstances and various ways to attract customers. The research method used is a qualitative approach with descriptive research and data collection techniques, namely interviews and documentation. Based on the research conducted, it is known that the implementation of deposit marketing has 2 (two) ways, namely the implementation of marketing from within, namely the Bank that has a collaboration with BRI such as BRILINK or customers who come to the Bank to open a deposit. And the implementation of external marketing, namely Funding Officers who approach customers with family approach to attract customers to open deposits or look for customer references that are capable and willing to open deposit products.

Keywords: Implementation of marketing, Deposits, Bank BRI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan bisnis di jaman sekarang semakin berkembang pesat, banyak perusahaan yang bersaing untuk menarik para *investor*. Namun minat masyarakat Indonesia untuk ber *investasi* dinilai masih cukup rendah. Bahkan, dalam urusan ini Indonesia kalah jauh dengan negara tetangga. Ivan Jaya, selaku *Head Wealth Management & Retail Digital Business* Commonwealth Bank mengatakan:

“saat ini jumlah masyarakat yang ber *investasi* hanya 0,4 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Sementara itu sejumlah negara tetangga sudah lebih melek *invesatasi* seperti Malaysia yang mencapai 57 persen dari umlah penduduk, Thailand sebesar 6 persen, china sebesar 9 persen atau india sebesar 4 persen. Artinya hanya sekian juta lebih masyarakat yang sudah melakukan *investasi*. Ini patut menjadi perhatian. Perlu ada sebuah gerakan melek *investasi* untuk membuat Indonesia lebih baik karena *investasi* masyarakat akan mendorong kemajuan suatu negara.”

Hal ini bisa saja terjadi karna kurangnya pemahaman *Investasi* oleh masyarakat Indonesia. Bahkan pernah adanya *Investasi* bodong yang ada di Indonesia sehingga minim nya para *Investor* yang ada. Padahal banyak sekali pilihan untuk ber *investasi* seperti Lembaga Keuangan Bukan Bank yaitu *Reksa* dana, *Saham*, *Obligasi* dan yang lain nya. Atau ber *investasi* di Lemabaga Keuangan Perbankan yang memiliki *produk investasi* yaitu Deposito.

Produk simpanan *Investasi* Deposito adalah simpanan pihak ke tiga di bank dengan sistem setoran yang penarikan nya hanya bisa dilakukan sesudah melewati waktu tertentu. Produk Deposito merupakan salah satu produk yang di miliki oleh Bank Rakyat Indonesia yang menjadi produk simpanan berbasis *investasi*. yang juga memiliki keunggulan sendiri seperti :

1. Bunga yang di mulai dari 4,75 persen sampai dengan 5,50 persen
2. Pembukaan rekening Deposito bisa dilakukan secara *online* dengan minimal setoran Rp.10.000.000
3. Pembukaan rekening Deposito secara *offline* dengan nominal setoran Rp.10.000.000

Walaupun demikian masyarakat Indonesia pun kurang tertarik untuk ber *investasi* dalam mengelola keuangan yang dimilikinya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul dalam tugas akhir ini yaitu “ PELAKSANAAN PEMASARAN PRODUK DEPOSITO PADA BANK RAKYAT INDOSEIA KANTOR

CABANG PEMBANTU GUBENG SURABAYA “ penulis berharap dapat banyak mempelajari produk tentang Deposito bahkan berharap bisa mengajak masyarakat Indonesia untuk ber *investasi* di dunia perbankan dalam bentuk membuka rekening Deposito.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan maka masalah penelitian yang dapat di rumuskan yaitu. Bagaimana *Mekanisme* Pembukaan Produk Deposito Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya ?, hal apa saja yang harus di perhatikan untuk pelaksanaan pemasaran produk Deposito pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya?, bagaimana Pelaksanaan pemasaran Produk Deposito pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya ?, media promosi seperti apa yang di lakukan oleh Bank Rakyat Indnesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya dalam pelaksanaan pemasaran produk Deposito?, hambatan dan solusi yang terjadi dalam pelaksanaan pemasaran produk deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya?.

Tujuan Penelitian

tujuan yang ngin dicapai oleh peneliti yaitu. Untuk mengetahui bagaimana *Mekanisme* Pembukaan Produk Deposito di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya, untuk mengetahui hal apa yang harus di perhatikan dalam Pelaksanaan pemasaran

Produk Deposito pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya, Untuk mengetahui bagaimana Pelaksanaan pemasaran Produk Deposito pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya, Untuk mengetahui media promosi yang di gunakan untuk Pelaksanaan pemasaran Produk Deposito pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya, untuk mengetahui apa saja kendala yang di hadapi oleh Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya dalam Pelaksanaan Pemasaran Produk Deposito.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan bagi penulis yaitu sebagai sarana informasi untuk mengetahui apa itu *produk Investasi* Deposito di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya yang meliputi manfaat, jenis – jenis *produk* Deposito dan Pelaksanaan pemasaran yang baik, bagi pembaca Sebagai *referensi* dan Tambahan pengetahuan tentang *produk* Deposito, serta menarik minat pembaca untuk ber *investasi* di perbankan dengan mebuca rekening Deposito di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya, bagi bank dapat dijadikan pertimbangan dalam pelaksanaan pemasaran produk deposito pada Bank Rakyat Indonesia Kantor cabang Pembantu Gubeng Surabaya dan bagi STIE Perbanas Surabaya yaitu, Menambah referensi bacaan mahasiswa STIE Perbanas Surabaya tentang pelaksanaan pemasaran dalam meningkatkan

nasabah Deposito di Bank Rakyat Indonesia Kantor Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Deposito

Deposito merupakan suatu produk bank yang mirip dengan jasa tabungan yang telah beredar di masyarakat. Produk deposito adalah simpanan dari pihak ke tiga kepada bank dengan sisitem setoran yang penarikan nya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu beradasrkan perjanjian *Deposan* dan Bank.

Fungsi Deposito

Fungsi dari Deposito mempunyai dua fungsi yaitu Fungsi *Intern* dan Fungsi *Ekstren*. Fungsi *Intern* merupakan fungsi strategis dalam membantu aktivitas operational bank dengan ruang lingkup khusus bank itu sendiri. Deposito untuk sebuah bank fungsinya sebagai pemenuh kebutuhan modal bank, dan disisi lain juga membantu menjaga posisi *likuiditas* bank. Fungsi *ekstren* berhubungan dengan fungsi yang berada di luar perusahaan bank yaitu sebagai lembaga yang pergerakan nya pada bidang jasa yang mempermudah arus pembayaran uang.

Jenis Depositito

Ada tiga jenis deposito yaitu deposito berjangka, sertifikat deposito dan deposito *on call*.

1. Deposito berjangka merupakan deposito yang di terbitkan menurut jangka waktu yang tertentu. Jangka waktu deposito biasanya ber *fariasi* mulai dari satu bulan, tiga bulan ,enam bulan , dua belas

bulan , delapan belas bulan sampai dengan dua puluh empat bulan. Deposito berjangka di terbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga. Deposito berjangka juga memiliki batas minimal yang harus di setor yang besar nya tergantung bank yang mengeluarkannya.

2. Sertifikat deposito Merupakan deposito yang di terbitkan dengan jangka waktu satu, tiga , enam , dua belas bulan. Sertifikat deposito yang di terbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat. Artinya di dalam sertifikat nama seseorang atau badan hukum tertentu. Disamping itu sertifikat deposito dapat di perjual belikan pada pihak lain.
3. Deposito *On Call* Merupakan deposito dengan jangka waktu kurang lebih dari 1 bulan. Di terbitkan atas nama biasanya dalam jumlah yang besar missal nya Rp.50.000.000 (tergantung bank yang bersangkutan).

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kemasyarakatan yang melibatkan individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran secara bebas produk dan jasa nilai dengan pihak lain.

Startegi Pemasaran

Startegi pemasaran merupakan rancangan untuk menjual produk yang dimilikinya. Agar proses menjual produk tersebut dapat berjalan sesuai harapan maka harus di susun *startegi* pemasaran. Selain itu terdapat beberapa faktor. Yang di

perlukan dalam keberhasilan menjual yang biasa kita kenal yaitu 4P.

1. *Product*

Produk sendiri adalah jenis barang yang diperjual oleh si pemilik produk, guna mendapatkan keuntungan. Setiap jenis produk dapat di bedakan atau di klasifikasikan, sesuai jenis nya.

2. *Price*

Harga adalah sejumlah nilai yang di tukarkan oleh konsumen dengan manfaat suatu produk yang akan di minatnya. Penetapan harga serta persaingan harga adalah hal yang perlu di perhatikan oleh setiap perusahaan.

3. *Place*

Merupakan pemasaran yang Menggunakan perantara pemasaran guna memasarkan produk, dengan cara membangun suatu saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses suatu produk.

4. *Promotion*

Ketika sebuah perusahaan memiliki suatu produk maka perusahaan akan mengenalkannya kepada para konsumen. Untuk mengkomunikasikan produk perlu di susun suatu strategis. Yang di sebut dengan startegi bauran promosi.

METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian. Ada empat poin inti yang akan di bahas yaitu, yang pertama , seputar penelitian yang di gunakan dalam tugas akhir ini, yang kedua yakni batasan-batasan dalam penelitian, yang ketiga seputar data dan metode pengumpulan data yang digunakan.

Seperti wawancara, dokumentasi serta studi pustaka. Yang keempat yaitu teknik yang di gunakan dalam menganalisis data yang di peroleh.

Desain Penelitian

Berdasarkan beberapa jenis metode penelitian yang ada. Dalam Penelitian ini peneliti memilih metode penelitian *deskriptif kualitatif*. Adapun tujuan dari penelitian *deskriptif* adalah, untuk membuat *deskripsi*, gambaran, atau lukisan secara sistematis, *faktual* dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang sedang di lakukan penelitian.

Batasan Penelitian

Dalam hal ini, batasan penelitian di fungsikan untuk lebih fokus pada objek. Yang akan di teliti Berikut ini adalah batasan penelitian, yaitu :

1. Pemahaman tentang mengenai pelaksanaan pemasaran produk deposito Pada Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya.
2. Bagaimana *prosedur* yang di Lakukan dalam pelaksanaan Pemasaran Produk Deposito pada Bank rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng surabaya.
3. Media promosi apa yang di gunakan dalam Pelaksanaan Pemasaran produk deposito pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya.

Data dan Metode Pengumpulan data

Wawancara Merupakan salah satu cara, untuk mendapatkan data dengan cara menanyakan beberapa pertanyaan. Pertanyaan ini dilakukan secara langsung atau, mewawancarai subjek yang bersangkutan. Dengan Informasi yang ingin di peroleh yakni, tentang Pelaksanaan pemasaran produk deposito, kemudian dokumentasi Merupakan cara yang dilakukan guna memperoleh data, atau informasi yang di cari dengan menggunakan Sumber bukti, dan studi pustaka yaitu Pada saat pengumpulan data, hal yang di lakukan dengan cara mencatat serta membaca buku-buku Yang ada di, perpustakaan STIE Perbanas Surabaya, serta menggunakan beberapa *literatur* yang di dapat dari sosial media.

Teknik Analisis Data

Dalam Teknik yang di gunakan untuk menganalisis data. adalah teknik analisis data secara *deskriptif*. Langkah-langkah yang di lakukan dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut ini. :

1. Mengumpulkan informasi pada saat wawancara, dengan menyimak nya.
2. Informasi yang berupa data di analisis dengan menggunakan catatan *deskriptif*.
3. Meng klasifikasikan serta mengidentifikasi kembali Data yang di peroleh saat melakukan wawancara dengan narasumber.
4. Melakukan pemeriksaan saat data di peroleh .
5. Terakhir menarik kesimpulan dari data yang di peroleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Subjek Penelitian

Sejarah Singkat Perusahaan

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank terbesar milik pemerintah Indonesia. Awalnya Bank Rakyat Indonesia 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". Merupakan lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895. Yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahirannya Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Pada periode setelah kemerdekaan Republik Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani Nelayan (BKTN), yang merupakan peleburan dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) 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 (BNI). Dalam ketentuan baru ini, Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan (eks BKTN). Diintegrasikan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II. Yaitu 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 artinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II Bidang Ruler dan Ekspor Impor dipisahkan. Masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia. Dan Bank Ekspor Impor Indonesia.

Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang No. 12 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok Bank Rakyat Indonesia (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 Bank Rakyat Indonesia (BRI) berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan Bank Rakyat Indonesia (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 saat ini.

Visi dan Misi

Visi merupakan pandangan yang akan di bawa oleh sebuah perusahaan atau lembaga. Bisa di katakakan juga sebagai tujuan dari perusahaan

tersebut untuk kedepannya. Sedangkan Misi merupakan langkah apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan atau lembaga tersebut.

Visi

menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik. Dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro kecil, dan menengah. untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia.
2. 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 risik. Serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang baik.
3. Memberikan keuntungan, dan manfaat yang optimal kepada pihak – pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Struktur Organisasi



Sumber: hasil wawancara

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kantor Cabang Pembantu Gubeng

Profil Usaha

Nama Perusahaan : PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya
 Alamat Kantor : Jl Karimun Jawa No.25-27 Surabaya
 No.telp : 031-5023632
 Alamat Website : www.bri.co.id

Memeiliki beberapa produk serta jasa perbankan diantaranya yaitu:

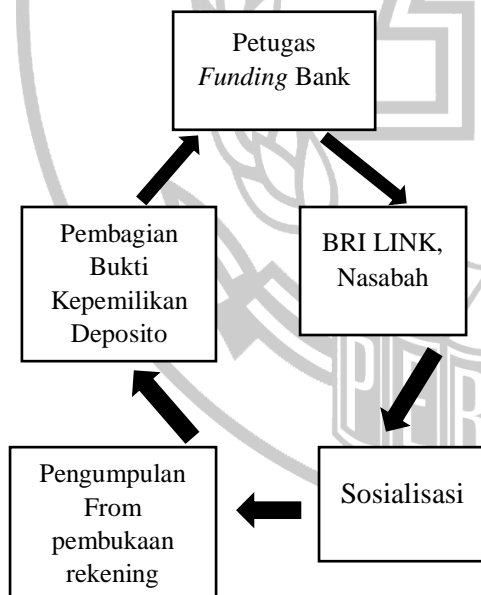
1. Produk simpanan
 Beberapa produk simpanan yaitu:
 1. Tabungan Britama
 2. Tabungan Simpedes
 3. Tabungan Haji
 4. Tabungan TKI
 5. Tabungan Junio
 6. Tabnungan Ku
 7. Giro BRI Rupiah
 8. Giro BRI *Valas*
2. Produk simpanan untuk investasi
 Merupakan simpanan dalam jangka panjang dan terencana yaitu :
 1. Deposito Rupiah
 2. Deposiro *Valas*
 3. Deposito Internet Banking
 4. Britama Rencana
 5. Tabungan Junio Rencana
 6. Tabungan Simpedes Impian
 7. BRI *FNE* (Fiture Invesment)
3. Pinjaman
 Merupakan penyaluran dana melalui pinjaman oleh bank yang memiliki beberapa jenis yaitu :
 1. Kredit Usaha Rakyat
 2. Pinjaman Tanpa Agunan
 3. Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)
 4. Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)
 5. Kartu Kredit
4. Jasa- jasa Bank Rakyat Indonesia

Merupakan pelayanan jasa yang di berikan kepada nasabah guna mempermudah transaksi serta memberi kenyamanan kepada nasabah jenis nya yaitu :

1. *Transfer*
2. *Inkaso*
3. *Kliring*
4. BI-RTGS (Sistem Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement*)
5. Tarik Tunai
6. *Mobile Cash / Mocash*
7. E-Banking
8. SDB (*Safe Deposit Box*)
9. Bank Garansi
10. Surat Kredit Berdokumen (*Letter of Credit/LC*)

Hasil Penelitian

Mekanisme pembukaan rekening deposito



Sumber : wawancara

Gambar 4.2
Mekanisme Pembukaan Rekening Deposito

Mekanisme pembukaan rekening deposito pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya. sebagai berikut :

1. Tim petugas *funding* Bank BRI mencari nasabah dengan melakukan pemetaan dari daftar nasabah yang akan di tawarkan produk. Atau tim *funding* mendatangi BRILINK apabila ada nasabah yang tertarik membuka produk deposito.
2. Bagian *Funding* melakukan sosialisasi guna meyakini calon debitur untuk membuka rekening Deposito.
3. Kemudian memberikan formulir pembukaan rekening serta pemberitahuan syarat pembukaan. Jika nasabah sudah meubawa persyaratan maka akan di proses oleh *Customer Service* dan bagian Deposito.
4. Pembagian *bilyet* Deposito sebagai tanda bukti kepemilikan rekening deposito.

Hal yang di perhatikan dalam pelaksanaan pemasaran Deposito

Pelaksanaan pemasaran produk deposito bagian *funding* akan melakukan perencanaan sebelum melaksanakan pemasaran hal ini bertujuan agar pemetaan calon nasabah yang tepat sehingga menghemat waktu dan biaya transportasi hal yang harus di perhatikan yaitu *Segmentation Segmentation Positioning*.

Pelaksanaan Pemasaran Produk Deposito

Dalam pelaksanaan pemasaran produk deposito Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu

Gubeng Surabaya memiliki 2 cara yaitu secara *online* serta *offline*.

1. Pemasaran secara *Offline*

Pemasaran dari dalam merupakan berasal dari nasabah yang datang ke kantor atau nasabah yang kerjasama dengan BRI. Bisa dikatakan dengan system pemasaran pasif karena menunggu nasabah yang datang kemudian dilakukannya *follow up*. Maksud dari nasabah yang bekerjasama dengan bank disini adalah BRILINK dimana bank menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai *Agen* yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat.

Pemasaran dari luar, Strategi marketing jemput bola sendiri berasal dari istilah *filosofi* dunia olahraga yaitu sepak bola dimana untuk mencetak gol dengan menggiring bola ke depan gawang. Seorang *Funding* harus turun untuk menjemput bola kemudian digiring ke depan gawang untuk tercetaknya transaksi yang diinginkan. Dalam pemasaran ini *Funding* akan aktif dalam pemasaran nya.

2. pemasaran secara *Online*

Dimana pelaksanaan pemasaran yang melalui media internet yang promosinya bisa dilakukan selama 24 jam yang bertujuan agar lebih banyak nya masyarakat yang mengetahui produk Deposito dan tertarik untuk ber *investasi*.

Media Promosi pemasaran deposito

Media Promosi yang dilakukan saat pemasaran produk deposito Bank Rakyat Indonesia

Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya menggunakan media *Offline* serta *Online* yang bertujuan untuk menyebar luaskan produk *investasi* yang dimilikinya.

Hambatan dan solusi dalam Pemasaran Deposito

Hambatan dan Solusi pada saat pemasaran produk deposito pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubeng Surabaya biasanya hambatan melalui *internal* dan *eksternal* dimana di masing-masing hambatan memiliki solusi yang berbeda seperti memberi layanan *excelex* untuk menarik nasabah ber *investasi*.

Pembahasan

Proses Awal Pelaksanaan Pemasaran Atau Hal Yang Harus Di Perhatikan Untuk Pelaksanaan Pemasaran

Proses Awal Pelaksanaan Pemasaran Atau Hal Yang Harus Di Perhatikan Untuk Pelaksanaan Pemasaran biasanya Bagian *funding* juga menggunakan berbagai cara agar proses menjual produk tersebut dapat berjalan sesuai harapan maka di susunnya rencana pemasaran, yang di pertimbangkan yaitu :

1. *Segmentation*

Adalah proses memilah kelompok nasabah berdasarkan keinginan serta kekuatan dan daya beli.dengan segmentasi kita akan mudah memasarkan produk sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah.

2. *Segmentation*

Adalah proses menentukan siapa (nasabah yang mana) dan berapa banyak yang akan di tawarkan

produk yang akan di jual. Proses mempertimbangkan segmentasi nasabah dan kesesuaian produk yang di tawarkan kepada para nasabah.

3. *Positioning*.

Adalah proses menentukan posisi produk sedemikian rupa. Sehingga nasabah yang mejadi sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan tersebut.

Pelaksanaan pemasaran

Dalam pelaksanaan pemasaran merupakan tanggung jawab *Funding*. Saat melakukan pelaksanaan pemasaran melalui secara *online* dan *offline* namun pelaksanaan pemasaran yang akan di bahas lebih dalam hanya secara *offline* ada 2 cara untuk melaksanakan pemasaran yaitu:

1. Dari Dalam Kantor
Adalah pelaksanaan pemasaran yang akan dilakukan ketika nasabah mendatangi bank atau nasabah yang telah bekerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia. Seperti adanya BRILINK
2. Dari Luar Kantor
Dimana pelaksanaan pemasaran melalui pendekatan kepada nasabah. Setelah bagian *Funding* menyiapkan *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* tentu telah memiliki daftar calon debitur yang akan di datangi untuk di tawarkan produk atau bisa saja saat ketika *funding* mendatangi nasabah, bagian *funding* juga meminta *rekomendasi* calon debitur yang lain yang sekiranya bisa membuka rekening deposito. Pendekatan keluarga akan dilakukan.

Media Promosi Pelaksanaan Pemasaran

Media *offline* biasanya menggunakan *sales kit*, *brosur*, kartu nama dan pendekatan kekeluargaan. *Seles kit* dan *brosur* adalah *marketing tools*. Yang penting untuk pemasaran produk. *Desain brosur* dan *sales kit* yang baik akan membantu terjual nya produk yang di tawarkan. Pendekatan kekeluargaan dan katru nama merupakan pelaksanaan pemasaran karna *rekomendasi* nasabah yang lain. Sedangkan media *online* Bank Rakyat Indonesia menggunakan *websait* yaitu www.bri.co.id . untuk promo dan *event* yang sedang dilakukan.

Hambatan dan Solusi Pelaksanaan Pemasaran

Persaingan bunga BRI dengan bank lian yang sangat berbeda sehingga membuat calon debitur tidak langsung membuka rekening deposito ketika di tawarkan prodak tersebut. Karna bunga deposito bank BRI hanya 5.5% sedangkan di bank lain hingga 7%. Sehingga nasabah enggan untuk membuka rekening Deposito. Namun Bank BRI Indonesia juga memiliki solusi yaitu, BRI tetap menjaga persaingan tingkat suku bunga, menjaga hubungan yang baik dengan nasabah, memberi layanan *Service Excellence*, evaluasi pencapaian harian, bulanan dan tahunan.

Selain hambatan yang berasal dari bunga. Hambatan yang saat ini juga terjadi ketika ada *Factor Eksternal*. Yaitu Covid-19 atau yang di sebut Corona. Wabah ini membuat perekonomian menurun bahkan banyak nya pegawai yang di *PHK*

serta pengurangan gaji sehingga meskipun debitur memiliki dana lebih para calon debitur enggan membuka rekening deposito karna perekonomian yang buruk. Namun dalam keadaan *factor eksternal* wabah covid-19 maka Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubung Surabaya menggunakan cara dengan promosi sosial media yang menarik serta penggunaan kata-kata yang baik agar minatnya calon debitur untuk ber *investasi*.

September	Rp 32.861.000.000.-	65
Oktober	Rp 33.077.000.000.-	58
November	Rp 33.072.000.000.-	57
Desember	Rp 34.560.000.000.-	61
Total	Rp 498.872.000.000.-	770

Sumber : wawancara

Analisa Turunnya data Deposito

Tabel 4.1
Data pertumbuhan deposito
januari – desember 2019

Nama bulan	Total nominal deposito	Jumlah nasabah
Januari	Rp 53.292.000.000.-	72
Februari	Rp 51.868.000.000.-	72
Maret	Rp 51.664.000.000.-	72
April	Rp 52.249.000.000.-	63
Mei	Rp 38.469.000.000.-	60
Juni	Rp 45.732.000.000.-	62
Juli	Rp 39.230.000.000.-	64
Agustus	Rp 32.798.000.000.-	64

Dalam proses pelaksanaan pemasaran produk Deposito di setiap bulannya pasti mengalami naik turun. Namun setelah mengamati tabel pertumbuhan produk Deposito penulis menyimpulkan adanya penurunan jumlah nasabah dan dana yang di investasikan ke produk Deposito.

Misalnya di tahun 2019 bulan Januari nasabah yang investasi dalam Deposito mencapai 72 orang dengan jumlah nominal Rp.53.292.000.000.- Namun mengalami penurunan di bulan selanjutnya yaitu bulan Februari memiliki Rp.51.868.000.000.- Turun sekitar Rp.1424.000.000.- walaupun terkadang ada kenaikan di beberapa bulan namun pertumbuhan ini menunjukkan penurunan hal ini di buktikan dengan adanya penurunan dari awal tahun hingga akhir tahun sekitar di akhir bulan Desember 2019 Jumlah nasabahnya yaitu 61 orang dengan nominal Rp.34.560.000.000.- sangat berbeda dengan di awal bulan.

Ditambah lagi pada tahun 2020 pencapaian nominal Deposito sangat berbeda pada saat di tahun 2019 jika di bulan Januari BRI kantor cabang Gubung Surabaya bisa

mendapatkan Rp.53.292.000.000.- namun di awal bulan 2020 hanya bisa mendapatkan Rp 33.339.000.000.- dengan jumlah nasabah hanya 61.

Tentu saja penurunan nominal ini mengalami beberapa hambatan atau bisa saja salah satu hambatan bahkan semua hambatan yang penulis jelaskan di atas sedang di alami oleh Bank BRI kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya. Namun mereka juga memiliki solusi agar target yang di tentukan bisa tercapai oleh bagian *Funding Officer*.

PENUTUP

Simpulan

Produk simpanan investasi deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya, memiliki kemudahan bagi setiap nasabahnya mulai dari persyaratan pembukaan hingga jenisnya ada yang deposito internet banking yang memudahkan nasabah membuka rekening dimana saja tanpa perlu datang ke bank. Serta memiliki manfaat yang bisa di gunakan sebagai jaminan kredit.

Dalam proses melaksanakan pemasaran produk deposito biasanya para *funding* biasanya melakukan perencanaan yaitu ada 3 jenis diantaranya yaitu *segmentation*, *targeting* dan *positioning*.

Terdapat dua cara pelaksanaan pemasaran deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya. di antaranya. Pemasaran dari dalam, yaitu nasabah yang datang sendiri ke bank atau nasabah yang memiliki kerjasama dengan pihak bank yaitu BRILINK dan Pemasaran dari luar,

yaitu ketika seorang *Funding Officer* mendatangi nasabah guna menawarkan produknya. Ketika pemasaran dari luar di dilaksanakan biasanya akan dilakukan pendekatan kekeluargaan.

Media promosi yang digunakan yaitu secara *offline* dan *online*, *offlien* berupa *seles kit* dan *brosur*, serta pendekatan keluarga jika *online* bisa melalui media sosial.

Hambatan yang di alami oleh Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya yaitu Perbedaan suku bunga deposito dengan bank lain sehingga membuat nasabah menarik dananya atau terkadang tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya untuk deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya. Namun pihak bank sendiri memiliki cara guna mengatasinya.

Saran

Saran ini di tulis oleh penulis untuk para penelitian selanjutnya agar mendapatkan penelitian yang jauh lebih baik. maka di sarankan :

1. Apabila di kemudian hari terdapat penelitian dengan judul yang serupa yaitu pelaksanaan pemasaran deposito sebaiknya mencari bank lain selain BRI karena pada umumnya seluruh cabang BRI memiliki pelaksanaan pemasaran yang sama serta hambatan yang sama.
2. Apabila ingin melakukan penelitian di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya sebaiknya melakukan penelitian dengan judul terkait *investasi* lain

nya seperti simpedes impian atau yang lainnya.

Implikasi Penelitian

Ketika para *Funding* menawarkan produk nya pada calon nasabah lalu orang tersebut menolaknya sebaiknya para funding jangan langsung memutuskan bahwa orang tersebut memang tidak menginginkan produk *investasi* ini. mungkin saja orang tersebut belum membutuhkan nya, jadi di lain waktu bisa di coba lagi dan menawarkan lagi. Misal pada saat Covid-19 ini, ketika Rupiah menurun maka bisa saja menawarkan deposito valas untuk mengamankan investasinya atau menggunkan cara yang lain.

Para *Funding* sebaiknya menyiapkan bingkisan pada saat melakukan pendekatan kekeluargaan kepada nasabah untuk mencari refrensi nasabah lain yang potensial yang bisa dan mau membuka rekening deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu gubeng Surabaya. Dan mempersiapkan bingkisan pula kepada nasabah yang bekerjasama dengan BRI yaitu BRILINK guna terjadinya jalinan hubungan yang baik sehingga memungkinkan menambah nasabah melalui unit ini. bingkisan ini bisa saja berupa *souveneir* yang di sediakan sekala berkala agar tidak kehabisan saat membagikan *souveneir* tersebut.

Pada saat keadaan pademi Covid-19 saat ini pelaksanaan pemasaran media sosial bisa ditingkatka jauh lebih baik yang semula hanya melalui poster atau sebagainya, bisa saja melakukan promosi lewat video pendek atau

anime bahkan meme yang sekarang menarik perhatian masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen pemasaran*.
- IBI. (2016). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2014:4). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT.Raja Grafindo persada.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran jILID 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Situs Bank Rakyat Indonesia. Diunduh pada tanggal 01 Juni 2020. web www.bri.co.id.
- Undang-Undang. (Tahun 1998). *NO 10. Tentang Bank*.
- Wahyuni, S. V. (2019). *Aktivitas Penghimpunan Dana Deposito Pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Lintau*. Padang: Akademi Keuangan dan Perbankan.

warta. (2018, April 17). *tribunnews*.
Retrieved from
WARTAJOTA live.com:
<https://wartakota.tribunnews.com/2018/04/07tingkat-dan-minat-investasi-indonesia-memrihatinkan-karena-sangat-rendah>

