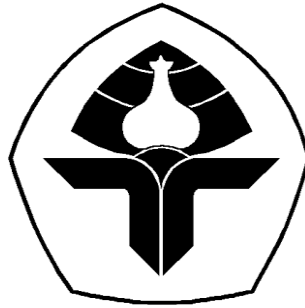


**STRATEGI PROMOSI LAYANAN *DIGITAL SAVING* OLEH
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK
KANCA TABANAN KEDIRI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Putu Sita Taniasari

NIM 1915713091

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

2022

**STRATEGI PROMOSI LAYANAN *DIGITAL SAVING* OLEH
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK
KANCA TABANAN KEDIRI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Putu Sita Taniasari

NIM 1915713091

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ni Putu Sita Taniasari
NIM : 1915713091
Prodi/Jurusan : Administrasi Bisnis/Administrasi Niaga

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

"Strategi Promosi Layanan *Digital Saving* Oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri"

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI PALEMBANG

Badung, 12 Juli 2022
Yang menyatakan,



Ni Putu Sita Taniasari
NIM 1915713091

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

1. Judul Tugas Akhir :

Strategi Promosi Layanan *Digital Saving* Oleh PT Bank Rakyat Indonesia
(Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri

2. Penulis

a. Nama : Ni Putu Sita Taniasari
b. NIM : 1915713091

3. Jurusan : Administrasi Niaga

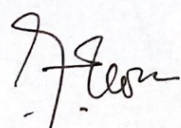
4. Program Studi : Administrasi Bisnis

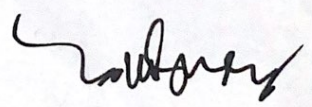
Badung, 27 Agustus 2022

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Menyetujui
POLITEKNIK NEGERI BALI

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd.
NIP. 196108121989032002


Dr. I Wayan Edi Arsawan, SE., MM
NIP. 198208012006041003

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Strategi Promosi Layanan *Digital Saving* Oleh
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri

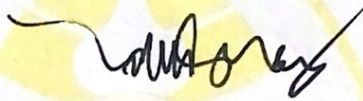
Oleh:

NI PUTU SITA TANIASARI

NIM 1915713091

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji

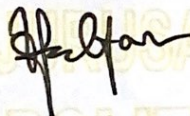


Dr. I Wayan Edi Arsawan, SE., MM.

NIP 198208012006041003

Penguji I

Penguji II



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM.
NIP 197612032008122001



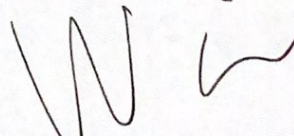
Upayana Wiguna Eka Saputra, S.Ak., M.M.
NIP 202111017

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Niaga



Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002

Badung, 27 Agustus 2022
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,



I Made Widiantera, S.Psi., M.Si.
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puja dan puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya Penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “**Strategi Promosi Layanan *Digital Saving* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri**” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan Tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Usaha yang maksimal telah dilakukan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, tidak terlepas dari dorongan dan bantuan dari beberapa pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan izin dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Ibu Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan arahan berupa masukan-masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan di Politeknik Negeri Bali.
5. Bapak Dr. I Wayan Edi Arsawan, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan berupa masukan-masukan berupa pikiran dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan di Politeknik Negeri Bali.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staff pegawai Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang selama ini telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta dorongan di masa perkuliahan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Ibu Kadek Arik Sundra Dewi selaku Pimpinan Cabang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri beserta para staff yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di BRI KC Tabanan Kediri.
8. Bapak, Ibu, dan adik-adik beserta keluarga yang selalu bersama penulis dalam begitu banyak kebahagiaan, cinta, dan kasih sayang serta dukungan moral yang selalu memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Kepada para sahabat saya, terutama Saravian, Sinta, Sai, Vahini, Alsa, Sura Widianari, serta teman-teman bimbingan terutama Merlina dan Gita yang sudah selalu memberikan dukungan berupa inspirasi, doa, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Last but not least, I want to thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna serta kesalahan yang penulis Yakini diluar batas kemampuan penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan Tugas Akhir di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya, baik dari lingkungan Politeknik Negeri Bali maupun dari luar lingkungan Politeknik Negeri Bali.

Badung, 10 Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Salah satu bukti dari kemajuan teknologi adalah adanya sistem layanan perbankan digital atau *digital banking*. Layanan Perbankan Digital adalah layanan bagi nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. Salah satu layanan perbankan digital milik BRI adalah BRI *Digital Saving*. Hal tersebut membuat nasabah BRI dan masyarakat lainnya perlu beradaptasi dengan perubahan layanan perbankan yang kini menjadi *digital banking*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi layanan *Digital Saving* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi selama peneliti menjalankan PKL, wawancara yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada karyawan, studi dokumentasi melalui laporan tahunan BRI, artikel BRI dan OJK, dan buku-buku terkait dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BRI KC Tabanan Kediri menggunakan strategi bauran promosi (*promotional mix*) berupa periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*) agar layanan BRI *Digital Saving* tersebut dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Kata kunci: layanan perbankan digital, *digital banking*, strategi, bauran promosi (*promotional mix*), BRI *Digital Saving*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR ii

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR iv

PRAKATA v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Pokok Masalah 8

C. Tujuan Penelitian 8

D. Manfaat Penelitian 8

E. Metode Penelitian 9

1. Lokasi Penelitian 9

2. Objek Penelitian 10

3. Data penelitian 10

4. Teknik Analisis Data 12

BAB II 1

A. Strategi Promosi 1

1. Pengertian Strategi 1

2. Pengertian Promosi 14

3. Pengertian Strategi Promosi 16

4. Bauran Promosi (*Promotion Mix*) 16

B. Perbankan Digital (*Digital Banking*) 21

1. Pengertian Perbankan Digital 21

2. Jenis-Jenis Layanan Perbankan Digital (*Digital Banking*) 23

C. BRI Digital Saving 26

1. Pengertian BRI *Digital Saving* 26

2. Kelebihan BRI *Digital Saving* 27

BAB III	30
A. Sejarah Perusahaan	30
B. Visi Misi Perusahaan	33
C. Bidang Usaha	33
D. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	42
BAB IV	47
A. Kebijakan Perusahaan.....	47
B. Pembahasan Strategi promosi layanan <i>Digital Saving</i> oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri	49
BAB V	66
A. Simpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Fungsional	42
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Setelah Menyelesaikan Tahap <i>Digital Signature</i>	53
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Setelah Menyelesaikan Tahap Pembukaan Rekening.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	Hasil Wawancara
Lampiran 2.....	Hasil Wawancara
Lampiran 3.....	Dokumentasi Saat Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun membuat para pelaku bisnis disektor industri jasa perbankan harus mengetahui kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Sebagai lembaga jasa keuangan, salah satu peran nyata bank yaitu dalam menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan modal usaha melalui usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah. Dengan disalurkan dana untuk sektor riil di masyarakat tersebut, maka secara tidak langsung bank berperan menggerakkan roda perekonomian bagi masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pengertian bank menurut UU No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, yakni badan usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat berbentuk kredit atau lainnya agar taraf hidup masyarakat meningkat.

Tajamnya persaingan dalam dunia bisnis perbankan membuat pelaku bisnis harus memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di era digitalisasi saat ini. Pada

dasarnya, bank memerlukan strategi untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa yang lebih bermutu, agar dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kepuasan adalah suatu keadaan dimana pelanggan/nasabah merasa keinginan dan kebutuhannya terpenuhi secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Strategi ini nantinya dapat membuat nasabah merasa senang dan menjadikan ini sebagai bentuk dari kepuasan nasabah, komitmen dari kepuasan nasabah inilah yang akhirnya mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba meningkatkan pelayanannya kepada nasabah.

Adanya persaingan antar bank, membuat bank-bank melakukan peningkatan pelayanan melalui investasi teknologi. Tidak dapat dipungkiri lagi, dengan adanya teknologi yang serba canggih segalanya menjadi mudah dan cepat. Perkembangan sistem teknologi informasi ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efisien dan efektif, terutama jika dilihat dari segi penghematan waktu. Perkembangan dari teknologi informasi perbankan mengakibatkan perubahan yang mengarah pada layanan perbankan digital (*digital banking*), meningkatnya kemampuan kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank terhadap nasabah menjadikan ini sebagai tujuan dari layanan digital perbankan.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 disebutkan bahwa Layanan Perbankan Digital

adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Berdasarkan peraturan tersebut memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank melakukan transaksi diantaranya registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan (tarik tunai, transfer dan pembayaran), dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

Menurut Febrian (2018:99-100), perkembangan teknologi tersebut memunculkan tantangan baru dengan munculnya berbagai tindak kejahatan di dunia siber (*cyber crime*) oleh pihak-pihak tertentu. Salah satu bentuk *cyber crime* yang dilakukan oleh penipu adalah *phishing*. *Phishing* adalah kegiatan kriminal dengan menggunakan teknik rekayasa sosial. *Phisher* (sebutan bagi pelaku kriminal *phishing*) berupaya menipu untuk mendapatkan informasi sensitif, seperti *username*, *password* dan rincian kartu kredit, dengan

menyamar sebagai entitas terpercaya dalam sebuah komunikasi elektronik. Ada berbagai macam penipuan online namun dengan cara yang mirip yaitu penipu mencoba menjadi entitas yang sah berupa e-mail dari lembaga ternama dan *website* yang menyerupai lembaga terpercaya. Cara yang digunakan untuk mengajak pengguna membuka situs web palsu tersebut seragam yaitu menggunakan cara penipuan *marketing*. Pengguna dikirimkan e-mail mengenai promosi transaksi dengan waktu terbatas atau menginformasikan bahwa akun pengguna mempunyai masalah dan dibutuhkan *login* kembali pada *website* resmi namun palsu. Pengguna yang mendapatkan e-mail tersebut tertarik dan membuka *website phishing* yang telah disediakan pada e-mail.

Mengenai himbauan terhadap tindak kriminal tersebut terdapat dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, disebutkan bahwa pihak bank juga harus memperhatikan keamanan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui layanan perbankan digital. Selain itu, faktor penyebab munculnya ancaman serangan *phising* pada layanan *digital banking* adalah minimnya pengetahuan pengguna akan pentingnya menjaga keamanan data. Oleh karena itu, calon nasabah maupun nasabah perlu diberikan edukasi mengenai penggunaan layanan *digital banking*, resiko-resiko dalam penggunaannya, serta cara pencegahannya.

Salah satu bank yang menerapkan layanan perbankan digital (*digital banking*) dan menyediakan layanan buka rekening berbasis digital adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Bank BRI dikenal dengan fokusnya memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta tetap menjaga kepemimpinan untuk pangsa pasar bisnis mikro. Bank BRI melakukan transformasi dengan terus meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pelaku UMKM agar dapat “naik kelas” melalui akses pembiayaan, digitalisasi dan inklusi keuangan. Digitalisasi UMKM dilakukan dengan terus mengembangkan *platform digital* seperti BRI *Digital Saving*, hal ini juga dijelaskan dalam laporan tahunan BRI 2021. Bank BRI meluncurkan layanan BRI *Digital Saving* pada 7 Juli 2020. BRI *Digital Saving* adalah layanan platform digital yang dirancang untuk mempermudah nasabah dalam pembukaan rekening tabungan yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja, tanpa menunggu antrean yang panjang di customer service.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk mengarahkan seluruh unit kerja BRI untuk menggerakkan layanan BRI *Digital Saving*, termasuk pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri. Sebelum layanan BRI *Digital Saving* ini diterapkan pada Bank BRI KC Tabanan Kediri, jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan belum mencapai target yang diinginkan dan cara yang masih manual membuatnya tidak efisien di

era digital ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu S.J selaku customer service, salah satu faktor penyebabnya adalah calon nasabah yang tidak ingin menunggu antrean yang panjang, karena lumayan menyita waktu. Kemudian setelah diterapkan sistem layanan yang lebih efisien seperti BRI *Digital saving*, diharapkan dapat membantu masalah pencapaian target pembukaan rekening di BRI KC Tabanan Kediri.

Namun, berdasarkan hasil observasi penulis selama tiga bulan menjalankan Praktik Kerja Lapangan di BRI KC Tabanan Kediri, setiap kali diadakan presentasi oleh RM Dana mengenai layanan BRI Digital Saving, disebutkan bahwa BRI Digital Saving saja belum cukup untuk membantu mengatasi permasalahan pembukaan rekening tabungan karena pada akhir tahun 2021 hasil akumulasi rekening tabungan belum juga mencapai target yang ditetapkan di BRI KC Tabanan Kediri, dengan target yang harus tercapai perbulan adalah 350 rekening, dan jika dijumlahkan dalam setahun target yang perlu dicapai adalah sejumlah 4.200 rekening tabungan.

Bank BRI KC Tabanan Kediri seharusnya menentukan strategi yang tepat untuk mencapai target 4.200 rekening tersebut. Menurut hasil wawancara bersama Ibu S.J selaku customer service BRI KC Tabanan Kediri, salah satu faktor yang menghambat pencapaian target tersebut adalah belum banyak masyarakat yang

mengetahui adanya layanan BRI *Digital Saving*. Sementara ini, dengan layanan BRI *Digital Saving* saja belum ampuh untuk mengatasi masalah pencapaian target, maka dari itu, pihak BRI KC Tabanan Kediri menyiapkan strategi promosi lain yang diharapkan dapat membantu memperkenalkan adanya layanan BRI *Digital Saving* dan membantu pencapaian target pembukaan rekening tabungan di BRI KC Tabanan Kediri.

Dalam membantu pencapaian target pembukaan rekening tabungan, diperlukan adanya usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk atau jasa yg disediakan di BRI KC Tabanan Kediri. Konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan disebut sebagai bauran promosi (*promotional mix*), disebut bauran promosi karena biasanya pemasar sering menggunakan berbagai jenis promosi secara simultan dan terintegrasi dalam suatu rencana promosi produk (Anang, 2020:12).

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan. Menurut Kasmir (2017:246), paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Empat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas

(*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*). Dengan bantuan bauran promosi tersebut, diharapkan dapat membantu Bank BRI KC Tabanan Kediri dalam membuat calon nasabah tertarik untuk melakukan pembukaan rekening tabungan melalui layanan *Digital Saving*, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi promosi yang digunakan oleh BRI KC Tabanan Kediri, kemudian melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Promosi Layanan *Digital Saving* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri**”

B. Pokok Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka didapatkan pokok permasalahan, yaitu “Bagaimana strategi promosi layanan *Digital Saving* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui strategi promosi layanan *Digital Saving* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Tabanan Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Agar dapat menambah wawasan, pengetahuan serta membandingkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan di lapangan dalam memasuki dunia kerja, dan dapat memenuhi syarat kelulusan Program Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan mengenai Layanan *Digital Saving* serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian yang sejenis, serta menambah bahan bacaan di perpustakaan Politeknik Negeri Bali.

3. Bagi Perusahaan

Dari penelitian yang dilakukan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi dalam menyusun atau menetapkan strategi promosi layanan *Digital Saving* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri yang beralamat di Jalan ByPass Ir. Soekarno Kediri, Tabanan, Bali.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Layanan *Digital Saving* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri.

3. Data penelitian

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar (Sugiyono, 2016:14). Data kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan melalui hasil wawancara, jurnal penelitian terdahulu, kutipan dari buku, serta artikel-artikel resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI).

b. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dimana data diperoleh, sumber data yang tidak tepat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan (Arikunto, 2013:172).

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:225). Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh berupa hasil observasi dan wawancara langsung dengan *customer service* dan RM Dana di PT

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016:225). Dalam penelitian ini, data sekunder yang diperoleh berupa kutipan dari buku, laporan tahunan BRI, artikel resmi dari *website* BRI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan jurnal.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Pengertian observasi seperti yang dinyatakan oleh Sujarweni (2017:32) sebagai berikut:

Observasi adalah suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan peneliti, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu dan melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian, yaitu layanan BRI *Digital Saving* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri, seperti sistem kerja layanan BRI *Digital Saving* dan berita-berita

terbaru yang disebutkan saat ada presentasi dari karyawan, kemudian mengadakan pencatatan data yang diperlukan sesuai dengan pembahasan.

2) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancara untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan (Sugiyono, 2018:140). Dalam penelitian ini, wawancara dengan karyawan yang bersangkutan mengenai strategi promosi layanan BRI *Digital Saving*, yaitu customer service dan RM Dana di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tabanan Kediri.

3) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi (Sujarweni, 2017:32). Dalam penelitian ini, studi dokumentasi didapatkan melalui laporan tahunan BRI, artikel BRI dan OJK, dan buku-buku terkait dengan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian.

Dengan metode ini, peneliti dituntut untuk dapat mendeskripsikan atau memaparkan, menganalisis serta menginterpretasikan data-data yang telah diperoleh menjadi sebuah kesimpulan, sehingga memberikan informasi yang bermanfaat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan pada bab pembahasan mengenai strategi promosi layanan BRI *Digital Saving* pada BRI KC Tabanan Kediri dapat disimpulkan bahwa penerapan layanan BRI *Digital Saving* di BRI KC Tabanan Kediri bisa dikatakan belum mencapai target yang ditentukan. Hal ini disebabkan karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan maupun fungsi dari BRI *Digital Saving* ini, di samping itu pula banyak masyarakat yang belum mampu dalam menggunakan teknologi digital, dalam hal ini melakukan transaksi perbankan digital.

Adapun strategi bauran promosi yang digunakan untuk mencapai target meningkatkan nasabah dengan BRI *Digital Saving* yang pertama adalah periklanan yang dilakukan dengan memasang iklan di media sosial seperti instagram, youtube, dan facebook. Selanjutnya adalah promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan *cashback* saldo pada nasabah jika membuka rekening menggunakan layanan BRI *Digital Saving*. Kemudian selanjutnya

adalah publisitas (*publicity*), strategi publisitas dengan agen BRILink dan melalui account officer (AO). Lalu strategi yang terakhir yang diterapkan adalah penjualan pribadi (*personal selling*) dengan memberikan target pada seluruh karyawan untuk mencari 10 nasabah setiap bulannya.

Dari penerapan semua strategi di atas dinyatakan cukup efektif oleh pihak BRI KC Tabanan Kediri untuk meningkatkan jumlah nasabah.

B. Saran

Berdasarkan strategi promosi layanan BRI *Digital Saving* pada BRI KC Tabanan Kediri yang telah dijabarkan pada bab IV, ada beberapa saran yang bisa disampaikan oleh peneliti, yaitu pada strategi periklanan bisa ditambahkan dengan mencetak brosur yang berisi penjelasan-penjelasan terkait BRI *Digital Saving*, seperti cara penggunaan, manfaat, serta himbauan untuk tidak menyebarkan informasi pribadi terkait rekening (*pin*, *password*, *username*, dan lainnya). Petugas yang bertugas untuk menyebarkan brosur juga bisa sambil menjelaskan secara langsung mengenai isi brosur tersebut.

Periklanan secara digital juga dapat dilakukan, seperti memasang iklan di televisi dan bekerja sama dengan publik figur untuk menjadi *brand ambassador digital banking* BRI, sehingga dapat menarik perhatian nasabah.

Pada strategi publisitas, peneliti menyarankan BRI KC Tabanan Kediri untuk melakukan sosialisasi secara langsung, bisa diadakan di balai desa, contohnya saat diadakan rapat bulanan Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang melibatkan para ibu rumah tangga. Karena dengan cara tersebut bisa menjelaskan keunggulan produk dengan intonasi, gaya, dan ekspresi yang meyakinkan sehingga bisa menarik emosi calon nasabah. Dapat juga dengan menggunakan layanan mobil kas keliling, agar dapat mengakses nasabah-nasabah yang ada di desa-desa.

Kemudian saran mengenai sistem layanan BRI *Digital Saving* ini dengan rutin melakukan pemeliharaan sistem secara berkala untuk memastikan keamanan nasabah saat menggunakan BRI *Digital Saving* dalam rangka menghindari tindakan *cyber crime* yang sedang marak di dunia perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BRI. "Hot Offer Detail: BRI Buka Rekening (BRI Digital Saving)". https://promo.bri.co.id/main/hotoffers/detail/britama_digital_saving (Diakses 1 Juli 2022).
- BRI. "Laporan Tahunan 2020". <https://bri.co.id/en/report> (Diakses 1 Juli 2022).
- BRI. "Laporan Tahunan 2021". <https://bri.co.id/en/report> (Diakses 1 Juli 2022).
- BRI. "Tabungan". <https://bri.co.id/tabungan> (Diakses 1 Juli 2022).
- CNBC Indonesia. "Menteri Erick Ungkap Peran Penting Agen BRILink di Masyarakat". <https://www.cnbcindonesia.com/market/2022013112949-17-311767/menteri-erick-ungkap-peran-penting-agen-brilink-di-masyarakat> (Diakses 7 Juli 2022).
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gitusudarmo, Indriyo. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi 2 Jilid 3*. Yogyakarta: BPFE.

Kaluku, F., dkk. 2018. "Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado". Jurnal EMBA, Vol.6, No.2, pp 888 - 897.

Katadata."BRI Perkuat Layanan Digital Saving Dukung Ekosistem Pasar Modal." <https://katadata.co.id/padjar/finansial/62919bd0a6915/bri-perkuat-layanan-digital-saving-dukung-ekosistem-pasar-modal>
(Diakses 6 Juni 2022)

Kasmir. 2017. *Manajemen perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kwarto, Febrian dan Madya Angsito. 2018. "Pengaruh *Cyber Crime* Terhadap *Cyber Security Compliance* di Sektor Keuangan". Jurnal Akuntansi Bisnis, Vol.11, No.2, pp 99-110

Marceline, Wirawan. 2016. "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack". Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 1, No. 1, pp 87-96.

Martowinangun, Kasino, dkk. 2019. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung". Co-Management Vol. 1, No. 2, pp 139-152.

Otoritas Jasa Keuangan. "Cetak Biru: Transformasi Digital Perbankan".

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan.aspx> (Diakses 5 Mei 2022).

Otoritas Jasa Keuangan. "Permudah Akses Layanan Perbankan di Masa

Pandemi". <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40702> (Diakses 5 Mei 2022).

Otoritas Jasa Keuangan. "Bijak Ber-ebanking".

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/beritadankegiatan/publikasi/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Bijak-Ber-eBanking.aspx> (Diakses 5 Mei 2022).

Otoritas Jasa Keuangan. "Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh

Bank Umum". <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>

(Diakses 5 Mei 2022)

Otoritas Jasa Keuangan. 2018. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor

12/Pojk.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. Jakarta.

Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta:

Prisani Cendekia.

Sitorus, O. F., & Utami, N. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung: PT Alfabet.

Sujarweni, V. W. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.

Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sondang, P. Siagian. 2018. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.