

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN *DIGITAL SAVING* DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA UNIT TAMAN GRIYA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulusan Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis,
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

PUTU LYSANDRA

1915744104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BADUNG

2023

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN *DIGITAL SAVING* DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA UNIT TAMAN GRIYA



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulusan Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis,
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

PUTU LYSANDRA

1915744104

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembukaan *Digital Saving* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Lysandra
 - b. NIM : 1915744104
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional



Badung, 24 Juli 2023

Mengetahui,

Pembimbing I,

Handwritten signature of Nyoman Indah Kusuma Dewi in black ink.

Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE. MBA. Ph.D
NIP. 196808271993031002

Pembimbing II,

Handwritten signature of Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini in black ink.

Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini, M.Agb
NIP. 196210101989112001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PEMBUKAAN *DIGITAL SAVING* DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA UNIT TAMAN GRIYA**

Oleh :

PUTU LYSANDRA

1915744104

Disahkan :

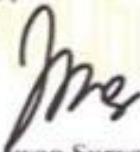
Ketua Penguji



Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini, M.Agb

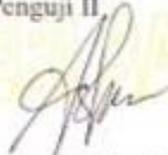
NIP. 196210101989112001

Penguji I



I Gede Iwan Suryadi, SE, MM
NIP. 198003052008121001

Penguji II



Putu Sandra Putri Astariani, S.S.M.Hum
NIK. 202111011

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Jangan terlalu banyak dipikirkan hidup cuma sekali."

PERSEMBAHAN

"Skripsi Terapan ini saya persembahkan dengan penuh perjuangan, suka cita, serta syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Saya sampaikan rasa terimakasih atas segala dukungan, doa dan restu yang telah diberikan terutama untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sepenuhnya hingga skripsi ini dapat terselesaikan, untuk keluarga terutama kedua orang tua dan adik-adik saya, kedua ibu dosen pembimbing saya, rekan seperjuangan, serta pihak PT Bank BRI Unit Taman Griya. Semoga dengan terselesaikannya Skripsi Terapan ini dapat bermanfaat bagi pembaca."

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Pembukaan *Digital Saving* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya”** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi 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 Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 22 Agustus 2023
Yang menyatakan,



Putu Lysandra
NIM. 1915744104

ABSTRAK

Ragamnya tuntutan dan perkembangan dunia mendorong pesatnya transformasi digital di berbagai bidang, salah satunya perbankan yang gencar membuka pelayanan rekening online guna memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan mengenal produk, *Digital Saving* merupakan product jasa PT Bank Rakyat Indonesia dimana nasabah dapat membuka rekening *online* melalui website khusus dan didukung oleh fasilitas *e-banking* maupun sistem *real online*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treats*) *Digital Saving* pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya yang dituangkan dalam Matrik *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dan Matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dengan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara serta kuisisioner, kuisisioner disisi oleh pihak internal maupun eksternal. Dimana diketahui nilai masing-masing sumbu X dan sumbu Y berdasarkan selisih antara jumlah faktor-faktor yang terdapat pada EFAS dan IFAS, yakni sumbu X sebesar 0.31 dan sumbu Y sebesar 0.22, setelah diolah kembali dalam diagram kartesius diketahui bahwa PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya berada kuadran 1 (*Growth*) sehingga memerlukan usaha intensif untuk meningkatkan posisi daya saing maupun daya tarik nasabah pada *Digital Saving*, adapun beberapa strategi dapat diterapkan ialah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk dan strategi integratif, adapun hasil menunjukkan pemanfaatan seluruh kekuatan untuk memperbaiki kelemahan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Kata Kunci : *Digital Saving*, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

The variety of demands and developments in the world have driven the rapid digital transformation in various fields, one of which is banking which is intensively opening online account services to make it easier for customers to make transactions and get to know products, Digital Saving is a service product of PT Bank Rakyat Indonesia where customers can open an online account through a special website and is supported by e-banking facilities and real online systems. This research was conducted to determine SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treats) Digital Saving analysis at PT Bank Rakyat Indonesia Taman Griya Unit as outlined in the External Factor Analysis Summary (EFAS) Matrix and the Internal Factor Analysis Summarized (IFAS) Matrix with qualitative research methods with descriptive analysis. Data collection techniques were carried out through observation, interviews and questionnaires, questionnaires were provided by internal and external parties. Where it is known that the value of each X axis and Y axis is based on the difference between the number of factors contained in EFAS and IFAS, namely the X axis is 0.31 and the Y axis is 0.22, after reprocessing in the Cartesian diagram it is known that PT Bank Rakyat Indonesia Taman Griya Unit is in quadrant 1 (Growth) so that it requires intensive efforts to improve the competitive position and attractiveness of customers in Digital Saving , while several strategies can be applied, namely market penetration strategies, product development strategies and integrative strategies, while the results show the utilization all strengths to improve weaknesses take full advantage of opportunities.

Keywords: *Digital Saving , Marketig Mix and SWOT Analaysis*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Pembukaan *Digital Saving* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Binsis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Bali.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung sehingga penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari semua pihak dalam menyelesaikan laporan ini. Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. **Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom.**, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. **Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA., Ph.D** selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
3. **Ibu Made Ayu Jayanthi Prita Utami, S.S.T.AK.,M.Si.**, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali
4. **Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM** selaku Ketua Prodi Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

5. **Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D** selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, masukan, dan nasehat yang sangat berguna
6. **Ibu Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini, M.Agb** selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan waktunya untuk membimbing selama proses penyusunan skripsi
7. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis yang telah mendidik dan memberikan materi pembelajaran mulai dari semester I hingga semester VIII serta seluruh staf pegawai yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan
8. Seluruh rekan-rekan di Unit Kerja PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya yang telah banyak memberikan pelajaran saran, dan dukungan dalam pengumpulan data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Sahabat, teman dekat, kakak tingkat, dan teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, baik dari segi materi maupun penyajian laporan ini. Maka dari itu, kritik dan saran sangat bermanfaat bagi penulis untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Badung, 18 Juli 2023



PUTU LYSANDRA

1915744104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

(Sofi, 2022) mengemukakan “Di era globalisasi saat ini, dimana pertumbuhan *e-commerce* yang semakin berkembang, industri perbankan disyaratkan agar dapat mengikuti tren dalam transaksi digital, antara lain pembayaran *cashless payment*, *branchless banking*, hingga dalam bentuk *e-Commuting*, *fintech*, dan layanan keuangan berbasis internet, dan teknologi ini terus mengalami peningkatan di Indonesia. (Ryan, 2013) mengemukakan “perkembangan industri perbankan telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Industri perbankan juga tidak hanya mengalami transformasi digital, melainkan juga harus menangkap peluang yang dilihat pada konsumen yang semakin hari menuju perubahan pada dunia digital yang lebih memahami perilaku konsumen, dan semakin mengarah pada bidang digital yang dapat dipersonalisasi dengan kebutuhan nasabah”. Jika perbankan Indonesia tidak segera memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, akan beresiko kehilangan 30% dari total nasabahnya (Achmad, 2022).

Bank pun dengan teknologi informasi yang sudah ada turut memenuhi kebutuhan masyarakat dalam perbankan, terutama pada layanan digital perbankan yang biasa disebut *Digital Saving*. Yoyo (2020) mengemukakan “Keberadaan tabungan digital sangat membantu di masa pandemi ini, dengan adanya tabungan digital dapat membantu kita dalam mengelola finansial tanpa datang langsung ke bank”. Aktifitas dalam dunia perbankan yang paling utama yaitu menghimpun dana, kemudian menyalurkan dana, dan menjadi penyedia jasa keuangan. Ketika menggabungkan dana dari masyarakat, salah satu produk yang akan diusulkan oleh pihak bank kepada masyarakat adalah tabungan. Produk tabungan ini merupakan sebuah sarana dari bank untuk nasabah menyimpan uangnya pada bank.

Kasmir (2016) mengemukakan “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya”. Terdapat beberapa golongan masyarakat yang berkeinginan untuk membuka rekening dan menabung bertujuan untuk menata kehidupan masa mendatang, mendirikan usaha, dan membayar kebutuhan sekolah anak – anaknya serta dapat membeli suatu hal yang diinginkannya yakni dengan cara menabung. Namun tidak semua masyarakat bisa menabung karena terhalang oleh kesibukannya.

Bank Rakyat Indonesia saat ini menghadirkan fitur *Digital Saving* yaitu buka rekening secara *online*, dengan demikian *Digital Saving* dapat mempermudah masyarakat yang terhalang oleh kesibukannya yakni cukup melalui sambungan internet dan aplikasi *mobile banking* segalanya dapat digunakan kapan saja dan

dimana saja. Salah satu penyelesaian layanan tabungan yang lebih cepat, mudah dan aman yaitu melalui *Digital Saving* . Selain mengutamakan kecepatan, kemudahan dan kenyamanan aspek keamanan juga menjadi prioritas pada fitur *Digital Saving* . Adanya keamanan berteknologi tinggi, validitas data, perlindungan terhadap pemalsuan dan kualitas data bisa terjamin, karena data pribadi pelanggan disimpan dengan menggunakan dukungan komputer (Sofiah & Ayu, 2022).

Digital Saving mengarahkan nasabah untuk membuka rekening dengan teknologi pengenalan wajah dan tanda tangan digital, maka nasabah tidak perlu repot-repot pergi ke bank BRI untuk bertemu langsung dengan karyawan. Bank Rakyat Indonesia memberikan kemudahan bagi nasabah untuk membuka rekening tabungan baru secara digital di tengah pandemi covid-19. Sebelumnya hanya nasabah *eksisting* BRI yang dapat membuka rekening tanpa tatap muka, namun kali ini calon nasabah baru yang ingin membuka rekening digital juga dapat menikmatinya. Produk tabungan BRI yang dapat dibuka menggunakan BRI *Digital Saving* yaitu tabungan BRI BritAma, BritAma X, BritAma Bisnis, BritAma Pro, tabungan BRI Simpedes, Simpedes Bisa dan Giro BRI.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan beberapa kendala dari faktor internal dan eksternal. Karena dalam pembuatan rekening (*Digital Saving*) mengalami kendala pada faktor sinyal serta pada *handphone* yang digunakan nasabah kurang mendukung atau memori yang dimilikinya penuh, sehingga proses pendaftaran mengalami kesulitan.

Tabel 1.1 Kendala Pembukaan Rekening *Digital Saving*

No	Faktor	Keterangan
1	Internal	<ul style="list-style-type: none"> a. Nasabah Tidak Memiliki <i>Smartphone</i> b. Nasabah Kurang Percaya terhadap keamanan digital c. Nasabah masih belum terbiasa (<i>Gaptek</i>) d. Terkait nomer ktp nasabah yang bermasalah dan belum terdaftar di dispenduk capil. e. Hp nasabah tidak <i>support</i> atau pada saat <i>on camera</i> itu tidak bisa digunakan.
2	Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> a. Datanya tidak sinkron karena data diri nasabah tidak sesuai sehingga ketika nasabah membuka <i>Digital Saving</i> server <i>loading</i> karena data nasabah tidak akurat sehingga hal menyebabkan tidak sukses untuk membuat rekening <i>Digital Saving</i> b. Sinyal nasabah yang kurang mendukung c. Maraknya penipuan online (<i>smishing</i>) yang terjadi belakangan ini

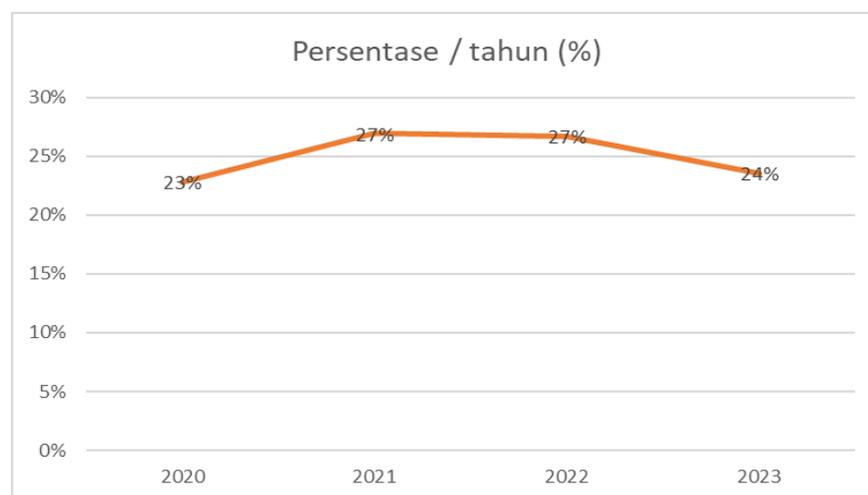
Sumber: Observasi dan Wawancara 2022

Berdasarkan hasil observasi diatas perlunya evaluasi dan pemberian alternatif dari kendala tersebut, agar kedepannya *Digital Saving* dapat memudahkan semua nasabah. Selanjutnya ada data jumlah nasabah pemilik tabungan *Digital Saving* bank BRI periode tahun 2020-2023, sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Jumlah Nasabah Pemilik Tabungan *Digital Saving* Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya Tahun 2020 - 2023

No	Tahun	Jumlah Nasabah Memiliki Tabungan	Persentase / tahun (%)
1	2020	4.756	23%
2	2021	5.618	27%
3	2022	5.570	27%
4	2023	4.922	24%

Sumber: PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya, 2022 (data diolah)



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Nasabah Pemilik Tabungan *Digital Saving* Pada Bank BRI Unit Taman Griya Tahun 2020-2023

Sumber: PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya, 2022 (data diolah)

Berdasarkan dari hasil data pembukaan rekening *online* (*Digital Saving*) pada empat tahun terakhir mulai dari 2020-2023 menunjukkan grafik yang bersifat fluktuatif, ini dapat dilihat dari persentase jumlah nasabah pemilik tabungan *Digital Saving* dimana pada tahun 2020 berada pada persentase 23%, pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 4% sehingga menjadi 27% peningkatan ini

diperkirakan terjadi karena peralihan masyarakat dengan adanya masa pandemi yang mengakibatkan banyak masyarakat menabung melalui *online*, pada tahun 2022 mengalami penetapan persentase sehingga menetap menjadi 27%, dan ditahun 2023 mengalami penurunan sebesar 3% sehingga menjadi 24%, penurunan ini diperkirakan terjadi karena masih ada beberapa kendala dari faktor eksternal maupun internal yang harus diatasi agar dapat memaksimalkan strategi *Digital Saving* ini, diterapkannya strategi yang tepat diharapkan dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk membuka rekening *online* atau *Digital Saving* .

Suatu bisnis agar perusahaan berhasil dalam memasarkan produknya baik barang ataupun jasa maka diperlukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran memiliki peran besar dalam berbagai bidang usaha dalam dunia bisnis. Bank harus menetapkan strategi yang tepat untuk *survive* (bertahan hidup) di tengah kompetisi sengit antar bank sehingga masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Kondisi saat ini Bank BRI sudah menerapkan *Digital Saving* namun ditemukan beberapa kendala baik itu faktor internal maupun eksternal.

Penelitian ini didasari juga oleh beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Widani Arthasari (2022) dengan judul “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Pada Toko Swcitra”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kekuatan dan peluang dapat

meminimalisir kelemahan dan ancaman, sehingga strategi ini dapat meningkatkan volume penjualan dan menjaga agar tetap unggul dalam persaingan. Berbeda dengan penelitian Rusydi Fauzan (2019) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume (Studi Kasus Café Texas Juice Cabang Bukit tinggi)”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kekuatan dan ancaman lebih besar dibandingkan dengan kelemahan dan peluang sehingga pemilik usaha harus hati-hati dan melakukan strategi baru.

Berdasarkan permasalahan diatas maka dari itu strategi pemasaran untuk kedepannya dapat meningkatkan jumlah nasabah, sehingga penulis dapat mengangkat penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online (Digital Saving) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya**”. Sehingga diharapkan dengan penelitian ini dapat mendapatkan hasil yang dijadikan evaluasi PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang akan menjadi bahan pembahasan yaitu

1. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang serta Ancaman Pembukaan *Digital Saving* pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya?

2. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Tepat untuk Pembukaan *Digital Saving* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penulisan dan pembuatan proposal ini adalah

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang Serta Ancaman Pembukaan Rekening *Online (Digital Saving)* Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya.
2. Untuk Mendeskripsikan Bagaimana Strategi Pemasaran Yang Tepat Untuk Pembukaan Rekening *Online (Digital Saving)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat bagi Penulis, PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya, juga bagi akademis sebagai berikut:

1.4.1 Kontribusi Teoritis

- a. Memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya teori tentang strategi pemasaran jasa perbankan.
- b. Memperluas pengetahuan ilmiah mengenai perbankan, khususnya tentang PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya.

1.4.2 Kontribusi Praktis

- a. Bagi peneliti, dapat mengetahui bagaimana strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya
- b. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya. Memberikan masukan dan memberikan solusi terhadap pelaksanaan strategi pemasaran yang telah dilakukan.
- c. Bagi akademis, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti hal yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah pedoman sebagai garis besar dalam penyusunan sebuah penelitian agar dapat mempermudah pembaca memahami isi dari keseluruhan penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. BAB I: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Pada penelitian ini penulis membahas Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online (*Digital Saving*) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya.

2. BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori terkait yang telah didapat melalui studi literatur yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, bab ini juga berisikan contoh-contoh penelitian terdahulu serta kerangka konsep yang didasari oleh asumsi peneliti.

3. BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang keterangan tempat penelitian yang akan dilaksanakan, objek penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum khalayak sasaran, hasil analisis dan pembahasan serta implikasi hasil penelitian.

5. BAB V: Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran untuk perusahaan ataupun pengembangan untuk peneliti selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis data yang telah dipaparkan, maka didapatkan kesimpulan mengenai PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya yakni :

- a. Dari hasil analisis faktor internal pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya, yang menjadi faktor kekuatan adalah penggunaan *Digital Saving* mudah dan praktis, *Digital Saving* aman dan terpercaya dimata nasabah, tarif pembukaan rekening *online Digital Saving* yang sangat terjangkau, produk layanan yang beragam dan informasi yang diberikan sangat jelas serta mudah dipahami nasabah, BRI *Digital Saving* tidak perlu menunggu antrian sehingga menghemat waktu nasabah. Sedangkan yang menjadi faktor kelemahan adalah kurangnya sosialisasi lebih lanjut terkait pembukaan rekening *online Digital Saving* , masih ada sebagian nasabah lansia yang tidak dapat menggunakan *smartphone*, Masih ada sebagian *smartphone* nasabah yang tidak support atau pada saat *on camera*, pengembangan skill promosi yang perlu ditingkatkan, dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan belum optimal.

- b. Dari hasil analisis faktor eksternal pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya, yang menjadi faktor peluang adalah masa pandemic COVID19 meningkatkan aktifitas *online* masyarakat dalam media digital khusus pembukaan rekening *online* , kemajuan teknologi yang dinamis membuka peluang untuk menjadi lebih inovatif di era globalisasi, adanya dukungan pemerintah daerah setempat untuk menunjang usaha perbankan, munculnya UMKM baru yang bergerak pada *e-commerce* sehingga membutuhkan transaksi bisnis secara *online* , dan Adanya kerjasama dengan instansi lain. Sedangkan yang menjadi faktor ancaman adalah kondisi budaya masyarakat tradisional yang kurang peka terhadap modernisasi, adanya *smishing* atau penipuan *online* yang terjadi, Persaingan ketat pada pembukaan *Digital Saving* dengan bank lainnya, Sinyal jaringan yang sulit dijangkau di daerah tertentu, serta persaingan yang ketat dengan kompetitor terkait fitur, layanan maupun produk.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS diperoleh dengan skor total sebesar 3,20 yang menunjukkan bahwa posisi strategi kuat. Sedangkan hasil perhitungan EFAS diperoleh dengan skor total sebesar 3,42 yang menunjukkan bahwa strategi yang diperoleh baik untuk mengantisipasi ancaman eksternal, kemudian hasil selisih nilai dari kekuatan dan nilai kelemahan yaitu 0,31 serta selisih peluang dengan ancaman yaitu 0,22. Dari hasil identifikasi faktor ini, jika digambarkan dalam diagram analisis SWOT menunjukkan kuadran (positif,positif) atau strategi yang mendukung pola

strategi SO, sehingga sangat memungkinkan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pengguna *Digital Saving* . Adapun strategi yang diterapkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya yaitu melalui strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal karena perusahaan berada pada sel 1 matriks IE. Perusahaan dapat menerapkan strategi yang telah dirumuskan pada matriks SWOT, yang telah terbagi menjadi 4 kelompok diantaranya sebagai berikut :

1) Strategi SO

- a) Menjaga media digital sebagai media promosi yang efisien dan inovatif untuk bersaing dan membuka pasar yang lebih luas
- b) Memanfaatkan tarif yang terjangkau dan produk layanan yang beragam agar dapat bekerja sama dengan instansi-instansi lain
- c) Meningkatkan keamanan agar masyarakat tertarik membuka rekening online melalui *Digital Saving*

2) Strategi ST

- a) Memberikan pelayanan *Digital Saving* yang mudah dan cepat untuk menanggapi kondisi budaya tradisional yang masih tinggal di daerah tertentu.
- b) Memberikan tarif yang terjangkau dan produk layanan yang beragam untuk menanggapi persaingan pembukaan rekening dengan kompetitor lain.

c) Menjaga keamanan nasabah dan kepercayaan nasabah agar tidak terjadi penipuan *online* atau *smishing*.

3) Strategi WO

a) Melakukan sosialisasi kepada nasabah yang kurang paham terkait *Digital Saving* dan menangani permasalahan yang ada agar dapat menambah nasabah yang ingin membuka rekening *online*.

b) Mengembangkan promosi agar dapat menjalin kerjasama dengan instansi-instansi lainnya.

c) Mengatur strategi untuk perkembangan teknologi digital untuk meningkatkan promosi *advertise*.

4) Strategi WT

a) Mengoptimalkan promosi layanan digital agar dapat bersaing dengan kompetitor bank lainnya.

b) Memberikan panduan ekstra kepada masyarakat agar tidak terjadi penipuan *online*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya dapat menjalankan usaha menggunakan strategi SO dikombinasikan dengan strategi alternatif lainnya, seperti :

- a. Strategi untuk mengembangkan *Digital Saving* dapat ditinjau maupun memonitor secara terperinci dan meningkatkan solidaritas tim yang baik dalam mengoptimalkan *Digital Saving* menuju era digitalisasi.
- b. Diharapkan kedepannya dapat lebih variatif dalam mempromosikan *Digital Saving* melalui berbagai sosial media maupun mengadakan sosialisasi rutin kepada masyarakat sekitar atau nasabah untuk bersama-sama membuka rekening online dengan tujuan membiasakan masyarakat tradisional hidup berdampingan dengan teknologi digital yang akan selalu berkembang disetiap masa tanpa mengenal batas waktu.
- c. Sebaiknya dilakukan ragam hubungan kerja sama dengan instansi lainnya dalam meningkatkan promosi pembukaan *Digital Saving* .
- d. Diharapkan PT Bank Rakyat Indonesia Unit Taman Griya dapat mempertimbangkan hasil penelitian (*output*) berupa brosur sebagai media promosi langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rouzmi Noor II, "Peran Penting Teknologi bagi Masa Depan Perbankan", <https://m.detik.com/inet/business>.
- Agustin, L. M. M. (2021). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Kota Madiun* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Surabaya Catholic University).
- Amalia, W. R. (2021). "Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember" (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah).
- Anisah (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim Di Pasar Aceh. *Angewandte Chemie International Edition*
- Sari, H. P. (2021). *Strategi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Panyabungan dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Sofi, S., & Ayu, P. (2022). Implementasi *Digital Saving* Dalam Memperbaiki Mutu Layanan Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Siregar, M. D. (2021). *Penerapan Analisis Swot Sebagai Landasan Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: Lpp Tvri Riau)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Tyas, S. K., & Chriswahyudi, C. (2017). Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Matrik IE, SWOT dan AHP untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas. *Prosiding Semnastek*.
- Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., & Rogahang, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection Manado. *Jurnal Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis*.
- Yoyo Sudaryo, S. E., MM, M., Efi, N. A. S., Yosep, M. A., SE, M., Nurdiansyah, B., & ST, I. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi.
- Yopi, Y. (2020). *Strategi Pemasaran Umkm Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang Perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi*. 8.
- Zahara, J. P., & Jannah, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan IB Makbul pada PT Bank Sumut KCP Syariah Karya. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*.