

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN BRI BRITAMA JUNIO DALAM MENGHIMPUN DANA MASYARAKAT PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG BINTARO

Hadi Purwanto

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITB Swadharma

Correspondence author: Hadi Purwanto, hadipurwanto6905@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The growing banking sector and the presence of various products and services offered by other banks to satisfy and meet customer needs have encouraged BRI to always innovate on its products and services. This makes PT. BRI (Persero) Tbk Bintaro Branch seeks to develop various marketing strategies to attract and retain customers. The BRI BritAma Junio savings account is a tool that can attract the attention of child customers as well as parents to get in touch with BRI Bank. Increasing competition between banks in consumer banking, especially competition for meeting individual needs with a large number of diversification of deposit products, Bank BRI needs to develop products and create appropriate sales programs for customers. Diversification of savings products is the right strategy to seize market share, especially in the urban market, because the characteristics of the urban market tend to have many desires.

Keywords: bank, saving, marketing strategy

Abstrak

Bidang perbankan yang semakin berkembang dan hadirnya berbagai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank-bank lain untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan nasabah telah mendorong BRI untuk selalu berinovasi terhadap produk dan layanan yang dimiliki. Hal ini membuat PT.BRI (Persero) Tbk Cabang Bintaro berupaya mengembangkan berbagai strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Tabungan BRI BritAma Junio menjadi alat yang dapat menarik perhatian nasabah anak sekaligus orang tua untuk berhubungan dengan Bank BRI. Meningkatnya persaingan antar bank dalam consumer banking khususnya persaingan pemenuhan kebutuhan individual dengan banyaknya diversifikasi produk simpanan, Bank BRI perlu mengembangkan produk dan menciptakan program penjualan yang tepat bagi nasabah. Diversifikasi produk tabungan merupakan strategi yang tepat untuk merebut pangsa pasar khususnya pasar perkotaan karena karakteristik pasar perkotaan yang cenderung memiliki banyak keinginan.

Kata Kunci: perbankan, tabungan, strategi pemasaran

A. PENDAHULUAN

Ada beberapa faktor masyarakat menggunakan Bank. Faktor yang pertama yaitu faktor kepercayaan masyarakat terhadap bank, karena bank memperhatikan prinsip kehati-hatian sehingga dapat berperan secara maksimal dan bank dapat menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat untuk menggerakkan perekonomian bangsa. Melihat semakin banyak bank-bank yang mulai berdiri di Indonesia. Banyaknya bank memunculkan adanya persaingan antar bank untuk menarik minat nasabah. Inilah salah satu yang menjadi faktor adanya strategi pemasaran dalam dunia perbankan untuk menarik nasabah, tanpa terkecuali pada PT. BRI (Persero) Tbk Kantor Cabang Bintaro.

Strategi pemasaran sendiri terdiri dari dari dua suku kata, yaitu strategi dan pemasaran. Strategi adalah suatu cara untuk mendapatkan tujuan, sedangkan pemasaran menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management Analysis, Planning, and Control*, mengartikan pemasaran sebagai suatu proses social, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Sedangkan menurut American Marketing Association 1960, pemasaran adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. (Ruang Marketing 2005). Pemasaran itu sendiri bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila suatu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai unggul bagi pelanggan, mendistribusikan dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, maka produk dan jasa tersebut akan mudah untuk dijual.

Berdasarkan definisi pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli tersebut dapat diketahui bahwa pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan di tunjukan untuk merencanakan, mendistribusikan, dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan pengertian dari strategi pemasaran itu sendiri adalah suatu pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan oleh kondisi persaingan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia mempunyai strategi pemasaran tersendiri dalam penghimpunan dana. Salah satu strategi pemasaran dalam menghimpun dana pada PT.BRI (Persero) Tbk yaitu melalui produk simpanan BRI Britama Junio. BRI Britama Junio adalah salah satu produk simpanan BRI yang khusus untuk segmen usia anak sampai dengan remaja. Secara khusus Tabungan BRI Britama Junio dilengkapi dengan fasilitas dan fitur yang menarik untuk kebutuhan anak. Dengan adanya fasilitas ini diharapkan supaya anak-anak menjadi *future potential customer* untuk tabungan BRI Britama untuk membentuk TOP (*Top of Mind*) menabung dengan Bank BRI.

Bank rakyat Indonesia adalah salah satu bank besar yang dimiliki oleh pemerintah pusat Indonesia yang beroperasi di bidang jasa keuangan. Bank Rakyat Indonesia menjalankan usahanya melalui divisi-divisi bisnis mikro, ritel, bisnis umum, unit bisnis syariah serta divisi treasury dan internasionalfokus bisnis yang kuat yang menempatkan Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank terbesar pertama dari sisi penyaluran kredit perposisi 31 Desember 2010. Dalam menghadapi persaingan antar bank yang semakin ketat.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli tahun 2020 dengan mengambil lokasi di PT. BRI (Persero) Tbk Kantor Cabang Bintaro.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunggulan Produk Simpanan BRI BritAma Junio

Untuk menarik minat nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk selalu mencoba berinovasi demi ketatnya persaingan dalam dunia perbankan. Tak terkecuali dalam meluncurkan produk - produknya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk juga menyertakan keunggulan-keunggulan disetiap produknya agar lebih menarik dimata nasabah.

Pada produk tabungan simpanan BRI BritAma Junio yang ditujukan khusus kepada segmen anak dengan fasilitas dan fitur yang menarik bagi anak. ini juga memiliki beberapa keunggulan-keunggulan yang tak kalah menarik dengan para pesaing produk bank lainnya, seperti :

1. Kemudahan

Bebas biaya administrasi bulanan untuk para pengguna tabungan BRI BritAma Junio

2. Kartu BRI Private Label jenis Limited Edition Cards

a. Nasabah dapat memperoleh kartu BRI atas nama si anak (mengisi permohonan kartu pada formulir APL-01 Sesuai dengan ruang lingkup pemasaran tersebut diatas, untuk 1 (satu) rekening Tabungan BRI BritAma Junio, nasabah dapat memilih 1 (satu) dari 3 (tiga) jenis design Kartu BRI Private Label jenis Limited Edition Cards seperti "Supermen", "Tom and Jerry" atau "Tweety"

b. Kartu BRI Private Label jenis Limited Edition sudah bisa berfungsi sebagai Kartu ATM yang dapat dipergunakan di jaringan ATM BRI, ATM Link, ATM Bersama dan ATM Prima.

3. Buku Tabungan

Setiap nasabah yang membuka rekening tabungan BRI BritAma Junio ini akan mendapatkan Buku Tabungan dengan memilih salah satu dari sampul design Limited Edition.

4. Mendapatkan hadiah atau merchandise langsung selama program promosi atau penjualan berlangsung. Hadiah akan langsung diberikan dengan design karakter Supermen, Tweety, atau Tom and Jerry.

5. Memperoleh beberapa kemudahan dan fasilitas/akses Nasabah anak akan mendapatkan beberapa kemudahan dan fasilitas/ akses ke berbagai tempat rekreasi, education center, dan lain-lain di seluruh Indonesia.

6. Diikukan pada undian berhadiah

BRI BritAma Junio juga menyediakan beberapa Fasilitas untuk para nasabah yang menggunakannya, misal seperti :

1. Kemudahan bertransaksi di lebih dari 9.500 Unit Kerja BRI dan 18.000 ATM di seluruh Indonesia.

2. Akseibilitas Kartu Debit BRI di jaringan BRI, ATM, Bersama, Link dan Prima

3. Fasilitas E-Banking BRI (SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking, SMS Notifikasi, dll)

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

5. Fasilitas tabungan perencanaan (Installment Saving Junio)

6. Fasilitas Transaksi Otomatis, meliputi :

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

Ketentuan dan Pembukaan Rekening Tabungan BRI BritAma Junio.

Proses pembukaan rekening dan pelayanan transaksi Tabungan BRI BritAma Junio mengacu pada pedoman operasional pelayanan Tabungan BRI BritAma yang saat ini berlaku dan harus memenuhi Prosedur Prinsip Mengenal Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk serta peraturan Bank Indonesia tentang Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Customer*)

Syarat Pembukaan Usia Nasabah < 12 Tahun

1. Belum memiliki identitas
2. Orang tua memiliki rekening Tabungan BRI BritAma/ Simpedes
3. Bagi orang tua yang belum memiliki rekening di BRI dapat melakukan pembukaan rekening Tabungan BRI Britama/ Simpedes terlebih dahulu
4. Dokumen Pembukaan Identitas orang tua/ wali :
 - a. WNI : KTP dan NPWP
 - b. WNA : Paspor dan KIMS/KITAS
 - c. FC kartu keluarga / akta kelahiran anak
5. Mengisi form aplikasi pembukaan rekening
6. Kartu Keluarga / Akte kelahiran

7. Setoran awal Rekening Induk Rp. 250.000. Tabungan BRI Junio sebesar Rp.100.000 Total Rp.350.000
8. Biaya administrasi bulanan tidak dikenakan biaya (gratis)

Usia Nasabah 12 s.d < 17 Tahun (*Non-Bundling*)

1. Telah memiliki identitas Kartu Pelajar
2. Untuk siswa setingkat SMP dan SMA (sederajat)
3. Mengisi form aplikasi pembukaan rekening.
4. Dokumen Pembukaan Identitas Nasabah
 - a. FC Kartu pelajar yang disahkan pihak sekolah (dengan membawa aslinya)
 - b. FC KTP Orang Tua/ Wali
 - c. Surat Pernyataan Orang Tua/ Wali yang menyatakan mengetahui dan menyetujui permohonan pembukaan rekening dan bertransaksi di BRI.
5. Identitas diri :
 - a. WNI : Kartu Tanda Penduduk (KTP)
 - b. WNA : Paspor dan KIMS/KITAP/KITAS
6. Setoran awal Tabungan BRI Junio sebesar Rp.150.000
7. Biaya administrasi bulanan dikenakan Rp.5000

Strategi Pemasaran Produk Simpanan BRI BritAma Junio Kantor Cabang Bintaro

Tabungan BRI BritAma Junio menjadi alat yang dapat menarik perhatian anak sekaligus orang tua untuk berhubungan dengan Bank BRI. Sehubungan dengan hal tersebut, maka pemasaran Tabungan BRI BritAma Junio perlu dilakukan secara tepat dengan tiga cara utama sebagai berikut :

1. Dipasarkan bersama dengan Tabungan BRI BritAma sebagai Bundled product sehingga untuk mendapatkan Tabungan BRI BritAma Junio untuk anak dibarengi dengan pembukaan Tabungan BRI BritAma oleh orang tua.
2. Tabungan BRI BritAma Junio dikemas sedemikian rupa untuk menarik perhatian anak.

3. Dilakukan uji pasar dengan memasarkan produk pada wilayah perkotaan potensial.

Bersasarkan data Diknas, pada periode Desember 2008, kota Jakarta, Surabaya dan Makasar merupakan kota dengan data jumlah siswa/siswi tertinggi. Maka untuk tahap pertama pemasaran produk Tabungan BRI BritAma Junio dipasarkan dikantor cabang fokus consumer banking termasuk KCP yang bersangkutan.

Saat ini BritAma Junio telah dipasarkan di kota-kota seluruh Indonesia, dengan konsultasi di tiga kota yaitu Jakarta, Surabaya dan Makasar. Namun tidak menutup kemungkinan BritAma Junio berkembang lebih banyak di kota-kota lain.

Dalam strategi pemasarannya Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bintaro memiliki program BRI BritAma Junio Goes To School dan BritAma Junio Goes To Mall.

Pada saat ini BRI Kantor Cabang Bintaro juga menggunakan pendekatan personal selling dalam melakukan strategi pemasaran untuk produk BRI Britama Junio yaitu mengunjungi nasabah maupun calon nasabah untuk melakukan presentasi secara langsung serta membuka stand untuk memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai produk tabungan BritAma Junio ditempat tertentu seperti sekolah, dan mall untuk menarik konsumen.

Dalam memasarkan produknya BRI Kantor Cabang Bintaro sekarang ini lebih banyak melakukan promosi maupun bazaar agar semua kalangan anak-anak dapat mengenal produk BritAma Junio sebagai tabungan bergambar yang menarik bagi anak-anak.

Pihak BRI Cabang Bintaro dalam memasarkan produknya juga menyebarkan brosur, dan pembagian hadiah seperti tas dan alat tulis untuk mendapatkan perhatian dari konsumen yang telah menabung.

Pasar Sasaran

Pasar Sasaran untuk Produk BRI BritAma Junio ini terdiri dari 2 bagian yaitu:

1. Segement Pasar Tabungan BRI BritAma Junio adalah anak-anak dengan usia <12 s.d 17 tahun dari kelas ekonomi menengah ke atas
2. Target Pasar Tabungan BritAma Junio difokuskan kepada anak-anak usia <12 tahun s.d 17 tahun namun telah memiliki identitas kartu pelajar untuk siswa setingkat SMP dan SMA (sederajat).

D. PENUTUP

Berdasarkan pada apa yang telah telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu kegiatan usaha pengelolaan suatu Bank harus dikelola secara professional namun kadangkala suatu kegiatan tersebut senantiasa menimbulkan permasalahan ataupun hambatan-hambatan
2. Adanya nasabah yang tidak mengerti tata cara penulisan nama baik pada slip penyetoran maupun penarikan.
3. ATM BritAma Junio hanya dapat dipergunakan untuk berbelanja di mesin EDC (Electronic Draft Captered) BRI sedangkan mesin EDC BRI masih sangat jarang.
4. Persaingan tingkat suku bunga dengan bank-bank lain dimana bank-bank lain khususnya bank swasta menawarkan tingkat suku bunga yang lebih tinggi.
5. Promosi terhadap produk Tabungan BRI BritAma Junio kepada masyarakat terus digencarkan.

Adapun saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi para pihak perbankan sebagai berikut:

1. Meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah agar dapat memberikan kesan yang baik dan dapat memberikan kepuasan bagi nasabah maupun calon nasabah
2. Bank harus dapat lebih peka terhadap persaingan-persaingan terhadap bank-bank lain mengenai produk-produknya.

3. Sebaiknya pihak Bank meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang berbagai macam keuntungan yang dapat diberikan dari produk ini.
4. Meningkatkan kemampuan pemasaran dengan melaksanakan program-program tambahan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Kasmir 2002. Dasar-Dasar Perbankan.
Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2010. Bank dan Lembaga
Keuangan Lainnya. Jakarta : Rajawali
Pers

PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero)
Tbk.2009. Jakarta : Kantor Pusat.
<https://bri.co.id/>