

Tanggal Ujian : 22 Juli 2022	Tanggal Revisi: 05 Agustus 2022	Disetujui: 16 Agustus 2022
---------------------------------	------------------------------------	-------------------------------

**STRATEGI *MARKETING* PETUGAS AGEN BRILINK
DALAM MEMASARKAN JASA BRILINK
(Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia
Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman)**

Putri Shezar Wulandari^{*1}, Ramli², Hasto Finanto³

¹Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

putrisezar@gmail.com

ABSTRACT

Putri Shezar Wulandari, “*Marketing Strategy of brilink agents in marketing brilink services (Study case at PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Balikpapan Sudirman Branch Office)*”. Final task DIII banking and finance department of Accounting Politeknik Negeri Balikpapan under the guidance of Mr. Ramli, S.E., M.M and Mr. Hasto Finanto, S.E., M.Sc.

In this study, the data taken is qualitative data. Thus the qualitative method can be interpreted as a research method to find out the strategy carried out by PT. Bank Rakyat Indonesia in marketing service products. The number of respondents who were interviewed were 5 people, consisting of brilink agent officers, public relations staff, and brilink agents. The results of this study prove that the strategy undertaken by PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Balikpapan Sudirman Branch Office has been quite effective in marketing its products and services. This is evident from the increasing number of customers who want to become BRILink Agents.

Keywords: Marketing Strategy, Laku Pandai, BRILink, BRILink Agent

ABSTRAK

Putri Shezar Wulandari, “Strategi *Marketing* Petugas Agen BRILink Dalam Memasarkan BRILink (Studi Kasus PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman)”. Tugas Akhir DIII Program Studi (Prodi) Perbankan dan Keuangan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Balikpapan dibawah bimbingan Bapak Ramli, S.E., M.M. dan Bapak Hasto Finanto, S.E., M.Sc.

Dalam penelitian ini data yang ambil adalah data yang bersifat kualitatif. Dengan demikian metode kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia dalam memasarkan produk jasa. Jumlah responden yang saya wawancara sebanyak 5 orang, yang terdiri dari petugas agen brilink, staff *public relations*, dan agen brilink. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa, strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman sudah cukup efektif dalam memasarkan produk dan jasanya. Hal ini terbukti dari meningkatnya jumlah nasabah yang ingin menjadi Agen BRILink.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Laku Pandai, BRILink, dan Agen BRILink

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Menurut (Kasmir, 2014) bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Terlepas dari bank sebagai tempat menghimpun dana, dalam dunia bisnis strategi pemasaran sangat diperlukan untuk memasarkan produk atau jasa yang dijual oleh sebuah perusahaan. Menurut (Juneda, 2019) strategi pemasaran adalah rencana yang dilakukan secara menyeluruh, terarah, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Selama 2 tahun bisnis BRILink menjadi tanggung jawab dari bagian Bisnis Mikro dengan menugaskan *Sales Person* Bisnis Mikro untuk membantu menangani BRILink. Meskipun belum ada pekerja khusus yang ditugaskan untuk menangani Agen BRILink, namun prestasi bisnis BRILink sangat diminati masyarakat. Sampai dengan tahun 2017 terbentuklah jabatan baru yang disebut Petugas Agen BRILink. Petugas Agen BRILink adalah seorang yang menawarkan produk jasa brilink sekaligus menjadi petugas yang mengawasi setiap kendala yang dimiliki oleh agennya. Dengan dibentuknya Petugas Agen BRILink merupakan strategi yang dilakukan oleh BRI untuk memudahkan para pelaku usaha untuk mendaftarkan diri menjadi agen brilink.



Sumber : PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kc Balikpapan Sudirman

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Strategi *Marketing* Petugas Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman dalam memasarkan jasa BRILink?
2. Apa saja kendala yang dialami Petugas Agen BRILink dalam Memasarkan jasa BRILink pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman pada masyarakat?
3. Bagaimana tindakan yang diambil oleh Petugas Agen BRILink saat terjadi kendala dalam memasarkan produk BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman?

1.3. Tujuan Penelitian

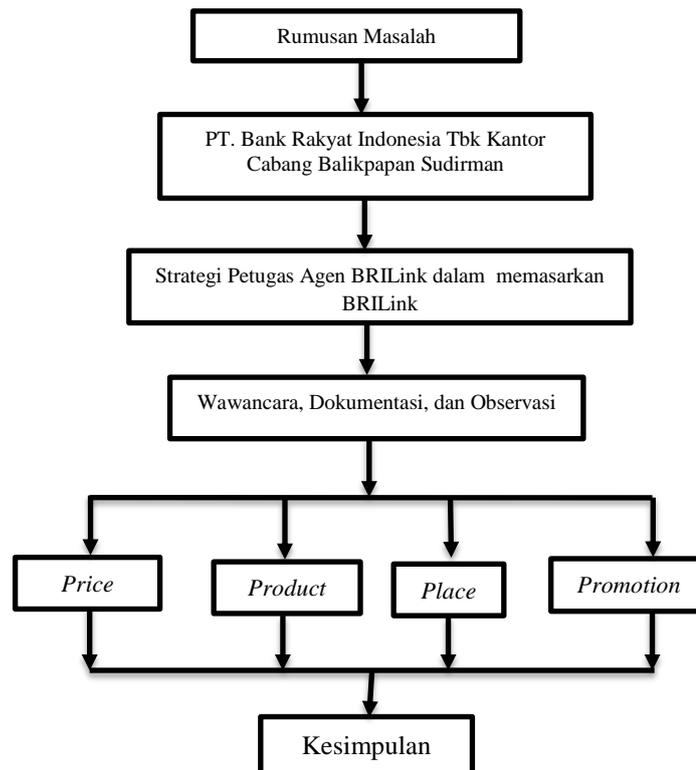
Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi *marketing* Petugas Agen BRILink dalam memasarkan BRILink pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kc Balikpapan Sudirman.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala yang dialami Petugas Agen BRILink dalam memasarkan BRILink pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Sudirman Balikpapan.
3. Untuk mengidentifikasi tindakan yang diambil Petugas Agen BRILink saat terjadi kendala dalam memasarkan BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Sudirman Balikpapan

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Agatha (2019) Strategi pemasaran yang baik meliputi *promotion, people, physical evidence, dan process* jika dilakukan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa melakukan promosi dengan untuk mencapai tujuan agar nasabah memiliki minat pada produk tersebut. Misal menawarkan produk atau jasa untuk memperkenalkan kepada masyarakat agar tertarik dengan produk atau jasa tersebut. Penelitian lain juga dilakukan oleh Oktavia (2018) mengatakan bahwa masih banyak masyarakat umum bahkan nasabah BRI yang belum mengetahui adanya program BRILink serta agen BRILink hal ini terjadi karena kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank terhadap masyarakat. Dengan adanya hal ini maka strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI harus lebih sering dilakukan agar masyarakat mengetahui produk atau jasa yang dipunya oleh bank tersebut.

1.5. Kerangka Pemikiran



2. Metodologi

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang lebih jelas, lengkap, serta memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti menetapkan lokasi penelitian adalah tempat di mana peneliti melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Dalam hal ini, lokasi penelitian terletak di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2022 sampai dengan batas tahun yang telah ditentukan dalam penyusunan tugas akhir ini pada tahun 2022.

2.2. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Menurut (Miles & Huberman, 2019) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah yang bermaksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Artinya data dan fakta yang telah dikumpulkan dalam bentuk kata maupun gambar daripada angka. Penulisan laporan

penelitian kualitatif berisi kutipan – kutipan fakta yang diungkap oleh peneliti dari lapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporan.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti menggunakan teknik wawancara terhadap narasumber dengan membawa pertanyaan yang lengkap dan terperinci. Adapun beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada Petugas Agen BRILink mengenai Strategi *Marketing* apa yang digunakan Petugas Agen BRILink dalam memasarkan jasa BRILink, apakah tujuan baik umum dan khusus yang ingin dicapai BRI dalam memasarkan jasa BRILink, bagaimana pesaing sesama agen di pasar, apa saja keuntungan yang diperoleh menjadi agen BRILink, bagaimanakah kegiatan promosi jasa BRILink, apakah terdapat kendala yang dihadapi dalam memasarkan BRILink.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang berisi keterangan dan penjelasan serta pemikiran fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Metode dokumentasi yang digunakan untuk meneliti yaitu dengan menggunakan dokumen data – data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan yang berhubungan dengan Petugas Agen BRILink dalam memasarkan Jasa BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman seperti laporan kenaikan jumlah Agen BRILink pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman.

2.3. Metode Analisis Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang penulis gunakan telah dikemukakan oleh Moleong adalah Teknik triangulasi. Menurut (J. Moleong, 2018) triangulasi adalah Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Data dalam penelitian kualitatif harus dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Pengujian keabsahan data penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

a. Perpanjangan Pengamatan. Peneliti menggunakan cara dengan melakukan wawancara dengan data yang telah diperoleh dari berbagai narasumber yang berbeda seperti staff *public relations*, petugas agen brilink, dan agen brilink, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap. Setelah dicek kembali ke lapangan data telah diperoleh sudah dapat dipertanggung jawabkan atau benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

b. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian, peneliti menggunakan cara dengan membaca atau menambah pengetahuan dari berbagai sumber guna menambah wawasan peneliti hingga dapat memeriksa data yang ditemukan yaitu strategi dan kendala yang dihadapi Petugas Agen Brilink benar dan dapat dipercaya atau tidak.

1) Triangulasi

a) Triangulasi Sumber, peneliti menguji kredibilitas data yang diperoleh dari laporan peningkatan menjadi agen brilink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman.

b) Triangulasi Teknik, peneliti menggunakan teknik wawancara dan pengamatan untuk mengamati secara langsung strategi Petugas Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman dengan melihat langsung pengguna jasa brilink pada agen brilink.

- c) Triangulasi Waktu, pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara di sore hari mengingat Petugas Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Balikpapan Sudirman memiliki kegiatan yang padat pada pagi harinya.
- d) Menggunakan bahan referensi, peneliti merekam proses wawancara dengan narasumber atas persetujuan narasumber, serta mendokumentasikan dalam bentuk foto agar dapat lebih dipercaya bahwa peneliti benar-benar melakukan wawancara dengan narasumber tersebut.
- e) Mengadakan *Membercheck*, peneliti melakukan *membercheck* dengan cara menemui staff *Public Relations* PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman yang telah memberikan laporan peningkatan nasabah yang ingin menjadi agen brilink guna sebagai bahan dalam wawancara dengan narasumber terkait lainnya.

2. Uji *Transferability*

Dalam uji *transferability* peneliti membuat laporan yang jelas dan terperinci setelah melakukan wawancara dengan Petugas Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman. Peneliti menuliskan kembali hasil wawancara dalam bentuk naskah dengan kata dan bahasa yang sesuai dengan rekaman agar pembaca dapat memperoleh informasi dari hasil penelitian ini. Naskah dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

3. Uji *Dependability*

Peneliti melibatkan dosen pembimbing untuk memastikan apakah benar peneliti telah melakukan wawancara dengan narasumber dengan cara melihat hasil dokumentasi dan rekaman peneliti ketika melakukan wawancara. Pembimbing juga memberikan arahan sebelum melakukan wawancara dan meng-*cross check* daftar pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti kepada narasumber. Daftar pertanyaan dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

4. Uji *Confirmability*

Pelaksanaan uji *confirmability* dilakukan ketika peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yaitu meminta persetujuan agar hasil wawancara dapat disokumentasikan dan dicantumkan dalam Tugas Akhir peneliti sebagai sumber data atau informasi yang murni dari narasumber yang bersangkutan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi *Marketing* Petugas Agen BRILink Dalam Memasarkan Jasa BRILink BRI KC Balikpapan Sudirman

Dalam melaksanakan kegiatannya sebagai *marketing* Petugas Agen BRILink dalam melakukan penawaran kepada nasabah maupun calon nasabah BRILink memiliki beberapa strategi yang harus dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan jasanya. Berikut adalah strategi *marketing* yang dilakukan oleh Petugas Agen BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman. Dimana diantaranya para staff yang berhasil diwawancarai menggunakan beberapa strategi yang hampir sama satu dengan lain. Namun, yang membedakan adalah bagaimana masing – masing Petugas Agen BRILink dalam memasarkan atau mempromosikan jasa BRILink. Oleh karena itu perlu dirumuskan strategi pemasaran jasa bank. Adapun Penerapan Bauran Pemasaran yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Balikpapan Sudirman;

1. Produk

Salah satu Produk Jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman salah satunya adalah Jasa BRILink. Tujuan untuk menawarkan produk ini adalah untuk membantu memudahkan kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Dimana BRILink adalah jasa yang ditawarkan oleh pihak bank bri kepada nasabah (Pihak Ketiga) untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor unit maupun cabang. BRILink umumnya digunakan oleh nasabah yang memiliki jarak yang jauh untuk datang ke kantor unit atau cabang bank rakyat Indonesia dengan menggunakan mesin *EDC* maupun brilink *mobile*. Transaksi dilakukan dengan menggunakan kartu dengan di gesek ke mesin *EDC*.

2. Harga

Harga merupakan salah satu aspek paling penting dalam kegiatan bauran pemasaran. Penetapan harga sangat penting, karena harga sangat menentukan perilaku produk dan jasa bank. Kesalahan dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Sistem bagi hasil adalah sistem yang mencakup tata cara bagi hasil antara penyedia dana dan pengelola dana, serta bank dan nasabah penerima dana. Sistem bagi hasil tersebut perlu di asumsikan secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem operasional bank tersebut.

3. Tempat

Tempat atau akses yang sangat penting. Menjadi agen brilink harus memiliki tempat yang strategis untuk dapat menarik perhatian nasabah yang ingin melakukan transaksi. Maksudnya bahwa lokasi usaha Brilink itu sendiri yang menjadi penentu untuk nasabah melakukan transaksi yang dibutuhkan, dengan kata lain semakin dekat usah brilink kita dengan masyarakat maka akan mudah dijangkau oleh nasabah tanpa harus datang ke kantor secara langsung.

4. Promosi

Promosi dilakukan dengan memanfaatkan keunggulan teknologi saat ini seperti internet dan dengan menggunakan iklan di televisi. Hal ini dilakukan untuk menarik minat nasabah terhadap produk jasa brilink. Media yang sering digunakan untuk memasarkan brilink adalah dengan langsung turun ke lapangan dengan menjelaskan kepada pelaku usaha untuk menjelaskan keuntungan dengan bergabung menjadi agen brilink.

3.2 Kendala Dalam Memasarkan Jasa BRILink BRI Kc Balikpapan Sudirman

Adapun Kendala yang di hadapi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman:

1. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap teknologi hal ini yang menjadi kendala umum yang bisa terjadi pada masyarakat. Hal ini juga dirasakan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman yang menghambat pemasaran jasa brilink.
2. Telepon yang tidak memadai untuk aplikasi BRILink *Mobile*, dalam hal ini terkendala pada telepon yang dimiliki oleh nasabah. Tidak jarang ada nasabah yang memiliki telepon yang mungkin tidak dapat digunakan untuk menjadi agen brilink. Seperti halnya telepon tersebut tidak mempunyai penyimpanan yang cukup untuk aplikasi brilink *mobile*.
3. Kurangnya pengetahuan, pemahaman tentang produk dan jasa perbankan. Pemahaman masyarakat terhadap industri perbankan masih belum diketahui, karena masyarakat masih belum memahami sistem perbankan.

3.3 Tindakan Yang Diambil Ketika Terjadi Kendala Terhadap Pemasaran Petugas Agen BRILink

1. Mendatangi nasabah secara langsung turun ke lapangan untuk menawarkan jasa brilink. Yang dimaksudkan adalah dengan melakukan *personal selling* kepada nasabah yang memiliki usaha dengan maksud untuk menjelaskan tentang produk jasa brilink, pembagian hasil yang menguntungkan.
2. Melakukan periklanan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan biasanya melalui pemasangan spanduk di jalan, iklan melalui televisi dan *website*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Dalam Pelaksanaan pemasaran BRILink PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman menggunakan prinsip bauran pemasaran 4p, yaitu terdiri dari *Product, Price, Place* dan *Promotion* dan memanfaatkan media social, *banner*, Iklan di televisi, website dan *personal selling*.

2. Kendala yang dihadapi oleh Petugas Agen BRILink dalam memasarkan jasa dengan kurangnya pemahaman teknologi terhadap nasabah dan kurangnya edukasi kepada nasabah tentang agen brilink.
3. Tindakan yang dilakukan oleh Petugas Agen BRILink terhadap nasabah yang kurang memahami teknologi dengan cara turun langsung ke lapangan guna memberikan sosialisasi untuk memberikan pemahaman tentang brilink.

5. Saran

1. Untuk memanfaatkan waktu penelitian selanjutnya agar tidak membuang waktu sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik.
2. Agen BRILink diharapkan dapat melayani nasabah dengan baik dan bijaksana dalam mengambil keputusan jika terjadi gagal transaksi maupun resiko lainnya, agar tidak mengurangi kenyamanan dan kepercayaan nasabah.

6. Ucapan Terimakasih

Pada Kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Ramli, S.E,M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Balikpapan dan selaku Dosen Pembimbing 1 atas segala bimbingan, arahan dan saran yang diberikan kepada penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
2. Bapak Hasto Finanto, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing 2 atas segala bimbingan, arahan dan saran yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
3. Bapak dan ibu dosen Politeknik Negeri Balikpapan khususnya Jurusan Akuntansi Program Studi Perbankan dan Keuangan.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, serta doa yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis.
5. Kepada diri saya sendiri yang telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Hery. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Grasindo.

J. Moleong. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Juneda, J. (2019). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 212–237.

Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. PT. RajaGrafindo Persada.

Miles & Huberman. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (p.321). Alfabeta.

Ojk. (2015). *Laku Pandai*. Ojk.Co.Id. <https://www.ojk.go.id/id/Pages/Laku-Pandai>.

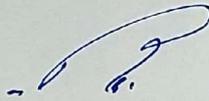
Oktavia, S., Sudirman, & Kadri, A. (2016). *Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dengan Loyalitas Pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Palu*. 6(1), 33–44.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

dengan Loyalitas Pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Palu. 6(1), 33–44.

Artikel ini telah direvisi dan disetujui oleh pembimbing 1 & 2:

Pembimbing 1



[Ramli, S.E., M.M.]
NIP. 196512312007011627

Pembimbing 2



[Hasto Finanto, S.E., M.Sc.]
NIK. 2015.90.017