

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK
RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR
CABANG BALIKPAPAN SUDIRMAN**

Dierra Dzakiy Sida^{*1}, Totok Ismawanto², Nurul Musfirah Khairiyah³

¹Mahasiswa Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

²Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

³Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

dierradzakiy196@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy of BritAma savings products at BRI Balikpapan Sudirman Branch Office. This study was conducted using direct interview techniques with 3 informants. This study uses a mix methods method with data collection techniques in the form of observation, interviews, questionnaires, and documentation. The data analysis techniques used are the IFE matrix, EFE matrix, IE matrix and SWOT matrix. The results of this study are in line with research conducted by (Munawir and Aziziy 2023) and (Damayanti et al. 2021) which shows a SWOT analysis of BritAma savings products. The marketing strategy carried out by BRI KC Balikpapan Sudirman to market BritAma savings by implementing a marketing mix strategy using the 7P variables and a promotional strategy is the most effective. The most appropriate strategy is to maintain current conditions while maintaining operational efficiency and effectiveness.

Keywords: SWOT Analysis, Mix Method, BritAma, Marketing Strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan BritAma pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara langsung kepada 3 narasumber. Penelitian ini menggunakan metode *mix methods* dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Munawir and Aziziy 2023) dan (Damayanti et al. 2021) yang menunjukkan analisis SWOT dari produk tabungan BritAma. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRI KC Balikpapan Sudirman untuk memasarkan tabungan BritAma dengan menerapkan strategi *marketing mix* menggunakan variabel 7P dan strategi promosi merupakan yang paling efektif. Strategi yang paling tepat adalah mempertahankan kondisi saat ini sambil menjaga efisiensi dan efektivitas operasional.

Kata kunci: Analisis SWOT, *Mix Methods*, BritAma, Strategi Pemasaran.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Bagi suatu perusahaan strategi pemasaran adalah hal penting sebab strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Dalam merencanakan strategi

pemasaran, sebuah perusahaan harus mengevaluasi kondisi pasar serta posisi di dalamnya untuk mengarahkan tindakan dengan harapan dapat mencapai tujuan. Beragam metode yang digunakan untuk mengembangkan rencana pemasaran bertujuan untuk memastikan penetapan langkah-langkah yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Teknik yang sering digunakan adalah analisis SWOT.

Pentingnya analisis SWOT bagi suatu perusahaan karena membantu mengidentifikasi kekuatan internal perusahaan untuk mengurangi kelemahan dan mencari sebuah peluang yang dapat digunakan untuk menghindari ancaman dari perubahan situasi yang tidak terduga. Oleh karena itu, dengan melakukan analisis SWOT, bisnis dapat menjaga kelangsungan operasionalnya (Hofifah 2022). Salah satu bank yang menerapkan strategi pemasaran adalah bank BRI. Salah satu fungsi utama Bank BRI adalah mengumpulkan dana dari masyarakat untuk mendapatkan sumber pendanaan melalui berbagai produk simpanan, salah satunya ialah Tabungan BritAma.

Perlu dilakukan analisis lebih lanjut guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang mendasari peningkatan jumlah nasabah tabungan BritAma, serta untuk menguraikan dengan cermat temuan strategis dalam menjaga stabilitas jumlah nasabah. Ketika merencanakan strategi pemasaran, penting bagi sebuah perusahaan untuk menetapkan tujuan yang dapat dikejar dalam jangka waktu yang beragam, baik itu dalam skala pendek maupun panjang. Penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran ini menjadi penting bagi perusahaan guna menghasilkan strategi yang efektif dan dapat diandalkan bagi para pelanggan bank, mengingat pemasaran produk merupakan aspek yang menjadi perhatian utama dari perspektif nasabah bank tersebut.

Tabel 1 Jumlah Nasabah tabungan BritAma Pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Tahun 2020-2024/Februari

No	Jumlah Nasabah	Tahun
1.	1.110	2020
2.	204	2021
3.	1.151	2022
4.	11.029	2023
5.	8.715	2024/ Februari

Sumber: BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari strategi pemasaran produk tabungan BritAma pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman?
2. Strategi pemasaran bagaimanakah yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan BritAma pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari strategi pemasaran produk tabungan BritAma pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman.
2. Mengetahui strategi pemasaran dalam memasarkan produk tabungan BritAma pada BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman.

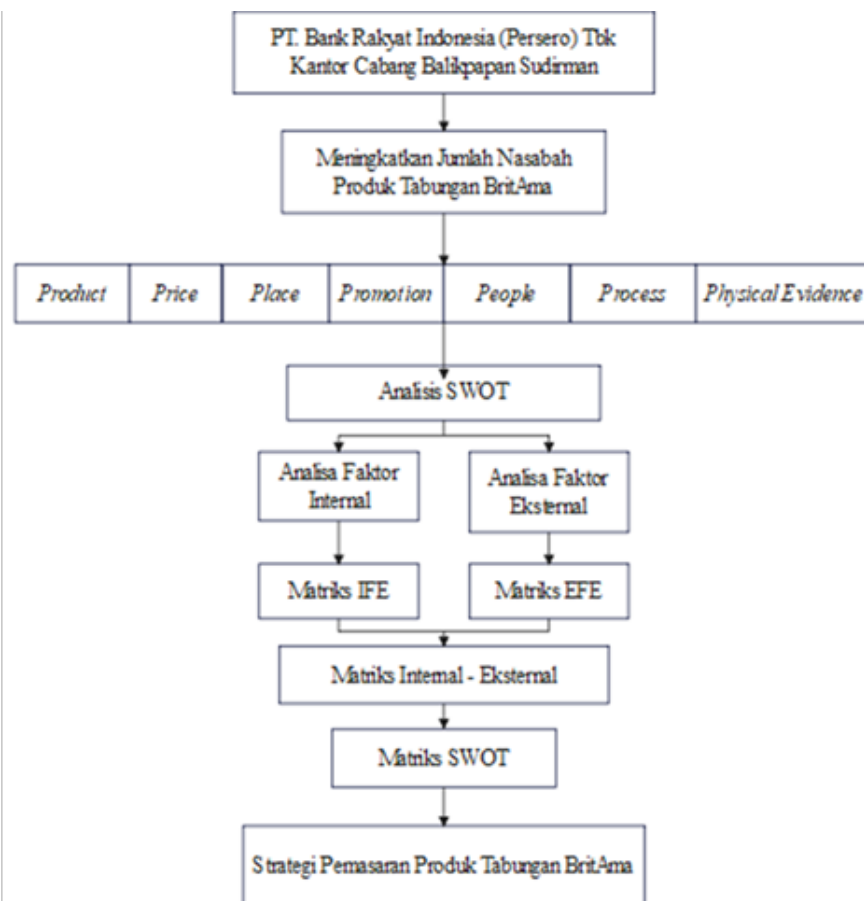
1.4 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian Asdi and Rizal (2019) serta penelitian yang dilakukan oleh Munawir and Aziziy (2023), dihasilkan bahwa keduanya menunjukkan kesamaan hasil yaitu menggunakan analisis SWOT yang menunjukkan bahwa posisi kekuatan dan peluang produk berada diposisi yang sangat baik dalam pemasaran produk, terutama melalui strategi promosi dan pendekatan langsung kepada nasabah yang dimana bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah secara signifikan.

Berdasarkan penelitian Rustiana and Atika (2023) disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berfokus pada menjaga kualitas layanan pelanggan serta penggunaan alat penilaian komprehensif. Strategi penetapan harga didasarkan pada prinsip syariah dengan memantau dan mengoperasikan produk. Strategi lokasi difokuskan untuk menyediakan lokasi yang nyaman dan aman bagi transaksi penggadaian emas serta mempermudah akses ke Bank.

Sementara itu, penelitian Damayanti et al. (2021) mengungkapkan strategi yang bisa dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk tabungan BritAma yang saat ini sedang dalam tahap pengenalan pada siklus hidupnya, beberapa langkah strategis yang dapat diambil mencakup menerapkan *personal selling*, *publisitas*, *sales promotion*, *advertising*, *mass selling*, perluasan program kerjasama *merchant*, serta *sponsorship & exhibition*.

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Berfikir

Sumber: Penulis (2024)

2 Metodologi

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Balikpapan Sudirman berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman No. 40 Gedung BRI Lt. 1-2, penelitian ini dilakukan dari bulan Mei 2024 sampai dengan batas yang telah ditentukan dalam penyusunan skripsi ini pada tahun 2024.

2.2 Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti dari informan melalui wawancara langsung maupun kuesioner kepada informan. Sumber data sekunder diperoleh peneliti dengan melakukan penelitian pustaka dengan mengkaji berbagai tulisan yang berkaitan dengan topik penelitian di berbagai media cetak dan media elektronik.

2. Metode Pengambilan Data

a. Observasi

Metode pengumpulan data yang mana dikenal sebagai observasi yaitu melibatkan pengamatan objek yang diteliti secara langsung. Dengan cara ini, peneliti melakukan pengamatan langsung mengenai strategi pemasaran BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman pada *customer service* (cs) dan *funding officer* (fo).

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data informasi dari narasumber dengan berinteraksi langsung. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka (*face to face*) dengan *customer service* (cs) dan *funding officer* (fo). Peneliti memanfaatkan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan pandangan mereka dalam analisis strategi pemasaran produk tabungan BritAma.

c. Kuesioner

Setelah mendapatkan hasil wawancara kemudian hasil tersebut dikonversi kedalam bentuk kuesioner. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden sebagai cara untuk memperoleh tanggapan atau jawaban yang dibutuhkan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan informasi dengan menggunakan materi tertulis, seperti struktur organisasi, dan juga mencakup informasi yang diperoleh dari wawancara, serta foto kegiatan dan foto bersama.

2.3 Metode Analisis Data

Peneliti dalam menganalisis data menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-Eksternal*), dan matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisis SWOT pada tabungan BritAma BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Memiliki asuransi hingga 250% dari saldo rekening terakhir tetapi tidak lebih dari Rp150 juta

- 2) Suku bunga tabungan yang ditawarkan mencapai tingkat yang cukup tinggi, yaitu sebesar 0,80%
 - 3) Memiliki kartu debit yang sudah dilengkapi dengan logo *mastercard* sehingga dapat digunakan didalam maupun luar negeri dengan mudah
 - 4) Tersedia fasilitas *e-banking* yang dapat memudahkan nasabah dalam memantau dan mengecek transaksi mereka dengan lebih efisien melalui aplikasi BRImo
 - 5) Letak BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman sangat strategi karena berada dipusat kota Balikpapan yang dapat memudahkan akses bagi nasabah
- b. Kelemahan (*Weakness*)
- 1) Setoran awal mahal
 - 2) Adanya saldo mengendap
 - 3) Limit penarikan yang relatif kecil
- c. Peluang (*Opportunities*)
- 1) Adanya program undian BritAma festival untuk nasabah
 - 2) Adanya kerja sama BRI dengan instansi dan rumah makan
 - 3) Melalui event yang diadakan oleh BRI, masyarakat diwajibkan untuk memiliki rekening tabungan BritAma
 - 4) Melakukan bandling kepada nasabah yang ingin mencairkan pinjaman melalui tabungan BritAma
 - 5) Terdapat promo discount bagi nasabah pengguna tabungan BritAma
- d. Ancaman (*Threats*)
- 1) Adanya *trust issue* mengenai keamanan perbankan
 - 2) Adanya potensi pesaing dengan lembaga perbankan lain
 - 3) Produk serupa yang mengakibatkan nasabah tidak membuka tabungan BritAma

3.2 Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), Matriks EFE (*External Factor Evaluation*), Matriks IE (*Internal-Eksternal*) dan Matriks SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, matriks IFE menunjukkan hasil skor pembobotan total yang diperoleh sebesar 2,966 dan matriks EFE menunjukkan hasil skor pembobotan sebesar 2,950. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan juga bahwa posisi BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman berada pada posisi sel 5, menunjukkan strategi yang diperlukan adalah *stability strategy* yaitu strategi stabilitas. Dengan kata lain, BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman berada dalam situasi dengan kekuatan internal yang cukup baik dan lingkungan eksternal yang cukup stabil. Alternatif strategi untuk memasarkan produk tabungan BritAma yaitu mengadakan event secara berkala dengan mewajibkan masyarakat membuka tabungan BritAma dengan menggunakan fasilitas *e-banking*, meningkatkan kerja sama dengan instansi-instansi, memasarkan produk tabungan BritAma menggunakan media sosial seperti instagram, *whatsapp* dan media promosi lainnya dan melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkelanjutan terhadap produk tabungan BritAma.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT dari tabungan BritAma, BRI Kantor Balikpapan Sudirman memiliki situasi dengan kekuatan internal (*strengths* dan *weaknesses*) yang cukup baik dan lingkungan eksternal (*opportunities* dan *threats*) yang cukup stabil. Strategi yang paling tepat adalah mempertahankan kondisi saat ini sambil menjaga efisiensi dan efektivitas operasional.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman untuk memasarkan produk tabungan BritAma adalah dengan menerapkan strategi marketing mix

menggunakan variabel 7P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Dari ketujuh strategi ini, strategi promosi adalah yang paling efektif karena mampu meningkatkan jumlah nasabah.

5. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran sebagai bahan masukan, sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya
Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk meningkatkan jumlah responden yang lebih banyak, dengan tujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya serta diharapkan adanya penambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam hasil penelitian ini.
2. Saran untuk Politeknik Negeri Balikpapan
Untuk pihak instansi diharapkan dapat memberikan perpanjangan waktu dalam pengerjaan laporan skripsi agar memungkinkan mahasiswa untuk melakukan survei dan menggali informasi yang lebih mendalam sesuai dengan fokus topik penelitian.
3. Saran untuk PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Balikpapan Sudirman
Pihak bank diharapkan dapat melakukan perbaikan dan pengembangan pada strategi produk dengan memperhatikan kelemahan dan ancaman yang ada pada strategi pemasaran produk tabungan BritAma, serta terus meningkatkan kualitas produk, fasilitas yang tersedia, dan pelayanan kepada nasabah, agar dapat menghadapi persaingan yang semakin kuat. BRI Kantor Cabang Balikpapan Sudirman dapat menggunakan kemajuan teknologi internet dengan memanfaatkan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi dan menyediakan informasi mengenai produk tabungan BritAma kepada masyarakat.

6. Ucapan Terimakasih

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Emil Azmanajaya, ST., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Balikpapan.
2. Ibu Dessy Handa Sari, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Balikpapan.
3. Ibu Kety Lulu Agustin S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma IV Program Studi Perbankan dan Keuangan Digital.
4. Bapak Drs. Totok Ismawanto, MM.Pd., selaku Dosen Pembimbing I serta Ibu Nurul Musfirah Khairiyah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan arahan berupa masukan - masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Bapak/ibu Dosen, staff dan teman-teman angkatan 2020 Jurusan Bisnis yang telah membimbing serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir.

Daftar Pustaka

- Asdi, and Samsul Rizal. 2019. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpedes Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sungguminasa." *Bongaya Journal of Research in Management* 2(1):1–10.
- Damayanti, Indri, Rosalina Ayudia, and Erman Sutandar. 2021. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bintaro." *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan* 2(2):93–99. doi: 10.56486/remittance.vol2no2.168.
- Hofifah, Wilda Nur. 2022. "Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Kredit Briguna

Karya Pada BANK BRI KC. Jember.” *Juni 2022*. Retrieved (<http://digilib.uinkhas.ac.id/11025/1/1. Wilda skripsi watermax fix %281%29.pdf>).

Munawir, Munawir, and Riza Aziziy. 2023. “Praktik Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Ib Hijrah Prima Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcp Genteng.” *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 3(2):187–97. doi: 10.30739/jpsda.v3i2.2321.

Rustiana, Devara, and Atika. 2023. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.” *Journal of Engineering Research* 3(4):1994–2001.

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

Pembimbing 1



Drs. Totok Ismawanto, MM.Pd.
NIP. 196204231988031008

Pembimbing 2



Nurul Musfirah Khairiyah, S.E., M.M.
NIP. 19907102019032021