

ABSTRACT

PROMOTION STRATEGY OF PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. SUKAMENAK UNIT OFFICE IN INCREASING BRIMO USERS

By:

Fitriani Nur Alifia

NIM. 223404149

Guide I : Wilman San Marino, S.E., M.M.

Guide II : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si., CFRM.

This study aims to examine and understand the promotional strategy implemented by PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sukamenak Unit Office in an effort to increase the number of BRImo application users. In the current digitalization era, application-based banking services are very important to meet customer needs for ease and speed of transactions, but various challenges still arise, especially related to customer education and trust levels, including the elderly who are less familiar with technology. The research method used is a qualitative study through data collection obtained from in-depth interviews, direct observations, and literature studies in order to obtain a comprehensive picture of the promotional strategy carried out. The results of the study indicate that the effectiveness of promotion is greatly influenced by the use of a promotional mix that includes advertising through social media and conventional media, sales promotions, public relations, personal selling, and direct marketing to potential customers. The main obstacles faced are the lack of customer understanding and trust in digital services, as well as their adaptation to new technologies. PT. Bank Rakyat Indonesia continues to innovate and strengthen its promotional strategy through various means so that the adoption of the BRImo application can increase significantly. This study contributes both theoretically and practically in the development of effective promotional strategies that can increase the number of users of digital banking services at Bank Rakyat Indonesia Sukamenak Unit Office.

Keywords: strategy, promotion, BRImo.

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. KANTOR UNIT SUKAMENAK DALAM MENINGKATKAN USER BRIMO

Oleh:

Fitriani Nur Alifia

NIM. 223404149

Pembimbing I : Wilman San Marino, S.E., M.M.

Pembimbing II : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si., CFRM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Sukamenak dalam upaya meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BRImo. Dalam era digitalisasi saat ini, layanan perbankan berbasis aplikasi menjadi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan kemudahan dan kecepatan transaksi, namun berbagai tantangan tetap muncul, terutama berkaitan dengan edukasi dan tingkat kepercayaan nasabah, termasuk kalangan lansia yang kurang familiar dengan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kualitatif melalui pengumpulan data yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi pustaka guna mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang strategi promosi yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas promosi sangat dipengaruhi oleh penggunaan bauran promosi yang meliputi periklanan melalui media sosial dan media konvensional, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, serta pemasaran langsung ke nasabah potensial. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital, serta adaptasi mereka terhadap teknologi baru. PT. Bank Rakyat Indonesia terus melakukan inovasi dan memperkuat strategi promosi melalui berbagai cara agar adopsi aplikasi BRImo dapat meningkat secara signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi baik secara teori maupun praktis dalam pengembangan strategi promosi efektif yang mampu meningkatkan jumlah pengguna layanan perbankan digital di Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Sukamenak.

Kata kunci: Strategi, Promosi, BRImo.