## ABSTRAK

Hasil dari penelitian ini dengan judul **PENERAPAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN BRITAMA BISNIS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA**

**PERSERO TBK KANCA CIKAMPEK** yang telah dilakukan merupakan salah satu terdapat tujuan masalah penelitian, masalah, hambatan**.** Tujuan penelitian yaitu mengetahui penelitian promosi dan penanggulangan dari hambatan di Bank BRI Kanca Cikampek.

Metode yang dikenakan penelitian ini adalah metode kualitatif. Dan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, kegiatan wawancara, studi kepustakaan, dan penulusuran data *online*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan ialah teknik induktif yang membahas data yang dikumpulkan secara spesifik serta dipresentasikan sesuai atau tidaknya dengan teori - teori penelitian yang digunakan, kemudian diambil kesimpulannya.

Telah ditemukan hasil dari penelitian ini yaitu dari kegiatan periklanan yaitu brosur, *video throne*, radio 90,2 FM dan *Instagram*. Kegiatan promosi penjualan ada di banking hall, GPR (Gerakan Punya Rekening). Melalui penjualan pribadi melalui *customer service*, RM Dana dan RM Kredit. Dan juga publisitas dengan membuka *booth* di tempat umum, mengikuti *gathering*, memberikan kegiatan sosial kepada masyarakat. Terakhir kegiatan dan pengalaman yang didapatkan bisa menambah nasabah melalui kegiatan yang telah dilakukan.

Hambatan yang dilalui pada kegiatan promosi di Bank Rakyat Indonesia Kanca Cikampek seperti pada *people* atau sumber daya manusia yang sudah terbatas dalam menjalankan tugasnya apabila ditambahkan tugas baru. Kurangnya rasa percaya nasabah terhadap karyawan pindahan baru dalam menjangkau nasabah serta segmentasi pasar yang kurangnya dimana sulitnya dalam menjangkau pelaku bisnis di Cikampek. Dan sulitnya melakukan surat perizinan kepada pihak tertentu dalam merealisasikan kegiatan acara public di area tertentu.

Melalui penelitian ini memiliki kesimpulan yaitu dalam merealisasikan kegiatan penerapan promosi produk Tabungan Britama Bisnis di PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Kanca Cikampek menjalankan kegiatan promosinya, hal ini dari kurangnya *personal branding* karyawan kepada nasabah saat mempresentasikan produk tabungan britama bisnis kepada nasabah. Saran yang bisa disampaikan selama penelitian ini bahwa semua hambatan bisa diselesaikan dengan menambah media partner dan aktif dalam memberikan promo dan informasi melalui media online.

### **ABSTRACT**

*The results of this study with the title* ***IMPLEMENTATION OF BUSINESS BRITAMA SAVING PRODUCT PROMOTION AT PT. BANK RAKYAT***

***INDONESIA PERSERO TBK KANCA CIKAMPEK*** *what has been done is one of the objectives of the research problem, problems, obstacles****.*** *The aim of the research is to find out the promotion research and the overcoming of obstacles at Bank BRI Kanca Cikampek.*

*The method used in this research is a qualitative method. And using data collection techniques such as observation, interviews, literature studies, and data tracking online. While the data analysis technique used is an inductive technique which discusses the data collected specifically and presented whether or not it is in accordance with the research theories used, then conclusions are drawn.*

*The results of this study have been found, namely from advertising activities, namely brochures, video throne, radio 90.2 FM and Instagram. Sales promotion activities are in the banking hall, GPR (Gerakan Punya Rekening/ Movement Has an Account). Through personal selling through customer service, RM Funds and RM Credit. And also publicity by opening booth in a public place, follow gathering, providing social activities to the community. Finally, the activities and experience gained can add customers through the activities that have been carried out.*

*Barriers to be passed in promotional activities at Bank Rakyat Indonesia Kanca Cikampek as in people or human resources that are already limited in carrying out their duties if new tasks are added. Lack of customer trust in new transferred employees in reaching customers and lack of market segmentation where it is difficult to reach business people in Cikampek. And the difficulty of issuing permits to certain parties in realizing public event activities in certain areas.*

*Through this research it has a conclusion that in realizing the activities of implementing Britama Bisnis Savings product promotions at PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Kanca Cikampek runs its promotional activities, this is from a lackpersonal branding employees to customers when presenting business britama savings products to customers. Suggestions that can be conveyed during this research are that all obstacles can be resolved by adding media partners and being active in providing promos and information through online media.*

### ***RINGKESAN***

*Hasil tina ieu panalungtikan kalawan judul* ***PELAKSANAAN PROMOSI PRODUK SIMPANAN BRITAMA DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA***

***PERSERO TBK KANCA CIKAMPEK*** *naon anu geus dilakukeun mangrupa salah sahiji tujuan tina masalah panalungtikan, masalah, hambatan****.*** *Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho panalungtikan promosi jeung ngungkulan kendala di Bank BRI Kanca Cikampek.*

*Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode kualitatif. Jeung ngagunakeun téhnik ngumpulkeun data saperti observasi, wawancara, studi pustaka, jeung tracking data online. Sedengkeun téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta téhnik induktif anu ngabahas ngeunaan data anu dikumpulkeun sacara husus sarta diébréhkeun naha luyu atawa henteu jeung tiori panalungtikan anu digunakeun, tuluy ditarik kacindekan.*

*Hasil tina ieu panalungtikan geus kapanggih, nya éta tina kagiatan iklan, nya éta brosur, tahta video, radio 90,2 FM jeung Instagram. Kagiatan promosi penjualan aya di aula perbankan, GPR (Gerakan Got Account). kagiatan jualan pribadi ngaliwatan palayanan palanggan, Dana RM jeung Kredit RM. Kagiatan publisitas ku mukastan di tempat umum, nuturkeun ngumpul, nyadiakeun kagiatan sosial ka masarakat. Pamustunganana, kagiatan jeung pangalaman nu dimeunangkeun bisa nambahan konsumén ngaliwatan kagiatan nu geus dilaksanakeun.*

*Halangan anu kudu dilewatan dina kagiatan promosi di Bank Rakyat Indonesia Kanca Cikampek saperti dinajalmaatawa SDM anu geus kawatesanan dina ngalaksanakeun tugasna upama aya pancén anyar. Kurangna kapercayaan nasabah ka karyawan anyar anu dipindahkeun dina ngahontal konsumén jeung kurangna segmentasi pasar anu hese ngahontal jalma bisnis di Cikampek. Jeung héséna ngaluarkeun idin ka pihak-pihak nu tangtu dina ngawujudkeun kagiatan acara umum di wewengkon-wewengkon nu tangtu.*

*Kacindekan tina ieu panalungtikan nya éta dina ngawujudkeun kagiatan ngalaksanakeun promosi produk Tabungan Britama Bisnis di PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Kanca Cikampek ngalaksanakeun kagiatan promosina, nya éta tina kurangna rasa percaya diri jeung personal branding karyawan ka nasabah nalika nepikeun produk tabungan britama usaha ka nasabah. Saran anu bisa ditepikeun dina ieu panalungtikan nya éta sakabéh kendala bisa diréngsékeun ku cara nambahan média partner jeung aktip dina méré promosi jeung informasi ngaliwatan média online.*