

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian Indonesia di tahun 2021 pada era Covid19 menimbulkan penyusutan kinerja ekonomi hingga minus 0,74 persen dari yang awalnya diprediksi menginjak 4,1 persen hingga 5,1 persen, pada Oktober 2021 perekonomian Indonesia memiliki pertumbuhan yakni 3,2 persen. Salah satu penyebab dari penurunan perekonomian Indonesia adalah lonjakan yang tinggi dari kasus Covid19, sehingga pemerintah melakukan PPKM darurat. Pemerintah memberlakukan peraturan untuk tidak beraktivitas di luar ruangan, adanya pemberlakuan yang nyata berdampak pada para pelaku usaha bisnis. Masyarakat yang memiliki usaha bisnis hanya diperbolehkan melayani secara online.

Pembatasan pada kegiatan ekonomi memiliki dampak pada penurunan penghasilan, pemutusan hubungan kerja, hingga penutupan operasi bisnis secara mendadak karena tidak memenuhi adanya target sehingga produktivitas kinerja menjadi terhambat. Pada masa *covid19* ini, adanya kehadiran jasa bank selalu siap menjadi sektor pendukung dan penyokong yang berkaitan dengan kegiatan keuangan terlebih dalam bisnis baik secara bisnis perorangan dan bisnis kelompok.

Adanya sektor perbankan memberikan kelancaran dalam dunia bisnis di Indonesia, salah satunya dalam membuat perkembangan bisnis secara *online* dengan cara melakukan bentuk kerjasama pada satu atau lebih dengan instansi bisnis tertentu. Caranya dengan menghimpun dana masyarakat, dengan begitu jasa bank mampu membuat alokasi dana dalam jenis kredit.

Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 “Perbankan merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara, dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank merupakan badan usaha yang memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank menjadi lembaga yang mempromosikan produknya dengan menggunakan strategi pemasaran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Fungsi Bank ialah sebagai perantara keuangan dalam kegiatan masyarakat luas. Berjalannya waktu persaingan dunia perbankan menjadi sebuah tantangan dalam mengajak masyarakat luas untuk menggunakan jasa bank. Supaya tetap bertahan dalam persaingan di sektor perbankan, mengharuskan bank memberikan inovasi strategi pemasaran dan produk yang ada serta mengembangkan pelayanan jasa bank yang perlu ditambahkan, lalu segmentasi pasar yang bisa lagi diperluas agar tetap menjadi kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk baik simpanan tabungan dan kredit.

Pemasaran yang dilakukan secara teratur dan optimal harus bisa menggapai tujuan target penjualan jasa bank yang sudah ditentukan sesuai dengan periodenya. Dalam menggapai tujuan target pasaran dibutuhkan strategi pemasaran dalam mempromosikan produk – produk bank secara optimal, khususnya mempromosikan produk dan jasa pelayanan bank.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan individual atau instansi dalam memenuhi kebutuhan konsumen dimana pihak produsen memenuhi keinginan sesuai dengan sistem yang sesuai. Oleh sebab itu, kegiatan ini menjadi persaingan ekonomi yang ketat sesuai pasar sasarannya disebabkan karena pasar dapat berubah seiring waktu yang berjalan. Hal ini bukan hanya menjadi media perbankan dalam menjangkau nasabahnya supaya membujuk nasabah untuk menabung atau menggunakan produk – produk simpanan dan kredit yang sesuai kebutuhan nasabah tersebut.

Bank harus bisa menetapkan strategi promosi yang cocok dengan kebutuhan nasabahnya ahulu. Promosi memiliki lima indikator yang menjadi media komunikasi pemasaran yang dapat digunakan sektor perbankan seperti periklanan, publisitas, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan *event and experiences*.

Dari kegiatan pemasaran yang memberikan informasi kepada nasabah membuat dampak yang bagus dalam menyampaikan informasi keunggulan produk – produk bank sesuai dengan tujuan pasar sasarannya masing – masing.

PT. Bank Bank Rakyat Indoensia Persero Tbk Kantor Cabang Cikampek termasuk dalam jenis bank konvensional yang salah satunya berdiri dan keberadaannya ada di daerah Cikampek. Letak bangunan dari Bank BRI Kantor Cabang Cikampek termasuk yang strategis yaitu berada di pusatnya daerah Cikampek. Dengan hadirnya Bank BRI menjadikan sektor keuangan membantu perekonomian di Cikampek yang terkena dampak *covid19*, begitu juga Bank BRI berinovasi dalam produk – produknya diantaranya tabungan BRI Simpedes, Britama (Bisnis, Muda, Rencana, Valas, Junio), tabungan BRI Simple, tabungan haji, tabunganku. Bank BRI terus menerus melakukan inovasi pada produknya

dengan didukung kemajuan teknologi yang sudah maju, guna mewujudkan keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Salah satunya produk Britama Bisnis yang merupakan inovasi dari produk tabungan Britama yang tujuan nasabahnya ialah pebisnis, yang bisa ditemukan di daerah – daerah Indonesia dan juga di BRI Kantor Cabang Cikampek.



Produk Tabungan Bisnis merupakan produk Bank BRI yang memiliki tujuan dalam bisnis dengan menawarkan tempo waktu secara *real time* dalam bertransaksi, transparansi registrasi transaksi dan banyaknya laba yang diterima guna menunjang kepentingan bisnis nasabahnya dan memberikan penawaran limit transfer yang besar kepada nasabahnya.


Adanya produk Tabungan Britama Bisnis menjadikan produk ini memberikan kemudahan untuk nasabahnya dalam bertaransaksi transfer, jika ingin melakukan transfer dari Britama Bisnis ke sesama BRI bisa hingga maksimal Rp 100.000.000 sedangkan transfer ke bank lain hingga Rp 25.000.000 ,dan Britama Bisnis dijangkau secara *real time* yang dapat dilihat melalui aplikasi Brimo dari *handphone*. Akan tetapi produk Tabungan Britama Bisnis diterbitkan kurang diminati beberapa pebisnis di daerah Cikampek, hal ini dikonfirmasi melalui salah satu informan bahwa Britama Bisnis terkadang dipromosikan melalui *bundling* dengan produk lainnya seperti contoh jika nasabah membutuhkan mesin EDC bisa dipromosi kepada nasabah tersebut untuk *bundling* dengan Britama Bisnis akan tetapi hal ini jika nasabahnya juga sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut dalam kegiatan bisnisnya.



Berdasarkan uraian diatas ada beberapa pengamatan pada Bank BRI di tempat secara langsung menemukan adanya permasalahan promosi. Dengan disampaikannya pada penelitian terdahulu, indikator yang memperkuat promosi oleh **Kotler dan Keller (2020:189)** terdapat permasalahan promosi di Bank BRI Kanca Cikampek yaitu pada periklanan yang kurang mempromosikan produk simpanan tabungan Britama Bisnis dari *personal selling* dan *advertising* dikarenakan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat baik secara langsung tatap muka maupun media *online*. Menurut peneliti hal ini disebabkan salah satunya adalah kurangnya sumber daya manusia di Bank BRI Kanca Cikampek.

Pada indikator promosi pada iklan, penting promosi melalui media sosial yang dimiliki contohnya *Instagram*. Dapat dilihat di **Tabel 1.1** akun Instagram @briliankccikampek yakni sosial media Bank BRI Kantor Cabang Cikampek tidak adanya informasi *up to date* mengenai produk Tabungan Britama Bisnis. Kurangnya promosi melalui postingan di *Instagram @briliankccikampek* mengenai Britama Bisnis jarang diketahui oleh masyarakat luas seperti para pengusaha bisnis menengah. Hal ini dapat diidentifikasi dari *Instagram @briliankccikampek* yang terhitung dari tanggal 1 Januari 2019 hingga sekarang di tahun 2023 tidak adanya promosi tentang produk tabungan Britama Bisnis, hanya terlihat kegiatan bersama di Kantor Bank Rakyat Indonesia dan beberapa kegiatan bakti sosial serta kegiatan undian. Terutama kegiatan undian bersama dengan nasabah – nasabah, kegiatan tersebut sudah diadakan oleh Bank Rakyat Indonesia tiap tahunnya hal ini sudah menjadi kegiatan rutin dua kali dalam satu tahun sebagai bentuk *sales promotion* dan publisitas.

**Tabel 1 1 Keterangan Akun Instagram @brilankccikampek**

Tahun	Gambar	Keterangan
<p>Januari 2019</p>		<p>Postingan di tahun awal covid yaitu 2019, menunjukkan promosi pada Tabungan Britama dalam mengajak kaum milenial dalam membuka tabungan rencana masa depan.</p>
<p>Januari hingga Agustus 2019</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di foto baris bawah pertama, pada bulan Januari mempromosikan mengenai “The New Mobile Banking App” yaitu Brimo dengan fitur terbarunya.</li> <li>2. Di foto baris kedua lalu ada sosialisasi “Strategi Anti Fraud BRI” kepada karyawan Bank BRI Kanca Cikampek. Begitu juga kerja sama dengan pihak Link Aja! untuk layanan transaksi digital, Link Aja! merupakan produk fintech sinergi milik BUMN yang bisa digunakan dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.</li> <li>3. Di foto bawah atas barisan ketiga, merupakan postingan seorang nasabah yang mendapatkan hadiah dari event “Panen Hadiah Simpedes Smt II/18.”</li> </ol>

<p>September hingga November 2019</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di barisan foto pertama dan kedua bagian bawah merupakan budaya kerja Bank BRI menggunakan baju batik di hari memperingati Batik Nasional.</li> <li>2. Di baris ketiga merupakan promosi melalui iklan dengan membawakan tema pahlawan.</li> <li>3. Di baris pertama atas merupakan serah terima jabatan Kanwil BRI Jakarta 2 dengan Pemimpin Cabang Cikampek serta Wakil Pemimpin Wilayah Bisnis. Lalu mempromosikan acara gempita pesta rakyat simpedes 2019, dan penyuluhan dengan UMKM setempat.</li> </ol>
<p>November 2019 hingga Januari 2020</p>		<p>Pada baris foto bagian bawah pertama hingga ketiga merupakan postingan mengenai acara Pesta Rakyat Simpedes.</p>

		
<p>Januari hingga Februari 2020</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama bawah merupakan rapat pembahasan RKAP Bisnis Mikro serta kegiatan kepada karyawan dalam Mentoring bersama tim OPS KC Cikampek.</li> <li>2. Pada baris ke dua dari bawah merupakan kegiatan sosialisasi KUR di Kecamatan Tirtamulya Karawang dan sosialisasi Teman Simpedes di desa Citarik.</li> <li>3. Pada baris ketiga merupakan sosialisasi KUR BRI Unit Kopel dan Curug di Kecamatan Ciampel.</li> <li>4. Pada baris kedua dari atas merupakan kegiatan acara partisipasi BRI Kanca Cikampek dalam acara EXPO PATEN di kecamatan Cikampek.</li> </ol>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalu adanya pelatihan <i>frontliner</i> Kanca Cikampek.</li> <li>5. Pada baris pertama merupakan kegiatan Sabtu Seru tim KC Cikampek pada acara Porseni Bekace.</li> <li>- Lalu ada acara <i>In House Training</i> Produk Perusahaan Anak.</li> </ul>
<p>Februari hingga Maret 2020</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah merupakan promosi merchantmesin EDC yang bekerja sama dengan hokage seluler danhardtop cofee.</li> <li>2. Pada baris kedua dari bawah merupakan kegiatan yang diadakan BRI Kanca Cikampek yang membangun Posko BRI Peduli kepada korban banjir di BMI dan sekitarnya. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalu ada promosi mengenai pembukaan buku Tabungan Simpedes.</li> </ul> </li> <li>3. Pada baris ketiga tengah merupakan promosi dari Bank Indonesia mengenai standar <i>Quick Response (QR) Code Indonesian Standard</i>.</li> <li>4. Pada baris kedua dari atas merupakan kegiatan sosialisasi KUR BRI di Desa Pucung Kecamatan Kotabaru.</li> <li>5. Pada baris utama merupakan kegiatan</li> </ol>

		<p>sosialisasi layanan SMART kepada rekan <i>frontliner</i> KC BRI Cikampek.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalu adanya kegiatan Focus Group Discussion 1 BRI KC Cikampek mengenai nonton bareng di CGV Mall Cikampek.</li> </ul>
Maret 2020		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah merupakan promosi iklan dalam sebuah film pendek dengan judul “Nanti Kita Cerita Tentang Nasabah Ini” mengenai <i>customer journey</i> nasabah BRI Kanca Cikampek, yang berdasarkan hasil dari survey eksternal kepada nasabah ritel dan mikro.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalu ada promosi mengenai BRISTARS dan BRilliance yang merupakan aplikasi aspirasi karir dan pengembangan karir.</li> <li>- Serta yang terakhir merupakan program aktivasi budaya kerja</li> </ul>

April hingga  
Mei 2020



1. Pada baris pertama dari bawah merupakan kegiatan penyaluran bantuan bagi masyarakat yang terkena dampak covid19 melalui agen brilink.
2. Pada baris kedua dari bawah merupakan memberi bantuan dari BRI Kanca Cikampek yaitu upaya penyemprotan disinfektan di lingkungan sekitar Cikampek, Purwasari, Tirtamulya dan membagikan masker kain gratis.
3. Pada baris ketiga ada penyuluhan pentingnya merahasiakan PIN, password serta data perbankan.
4. Pada baris ke dua dari atas merupakan kegiatan acara Takbiran Tabungan BRI Simpedes yang disiarkan di siaran TV Indosiar.

Juni hingga Juli 2020



1. Pada baris pertama dari bawah merupakan beberapa kegiatan yang dilakukan BRI Kanca Cikampek yaitu ada seminar LIVE melalui *Instagram* mengenai pengelolaan sdm dalam *new normal*, lalu kegiatan pengarahan pemimpin wilayah BRI Jakarta 2 di Kanca Cikampek pada masa covid 19, serta memberikan penghargaan kepada *the best fronetliner*.
2. Pada baris kedua dari bawah memberikan monitoring kualitas layanan dan program Jakarta Shine, OJL Kanwil BRI Jakarta 2 dengan BRI Cikampek.
3. Pada baris kedua dari atas merupakan promosi iklan pada *new normal* seperti buka rekening jaman *now* menggunakan *QR Code*.
4. Pada baris utama mengenai prestasi yang didapatkan dari Program EUFORIA Tahap 2 Kanwil Jakarta 2, lalu juga mendapatkan penghargaan 9<sup>th</sup> Anugerah BUMN 2020 pada Majalah BUMN Track.

Juli hingga  
September  
2020



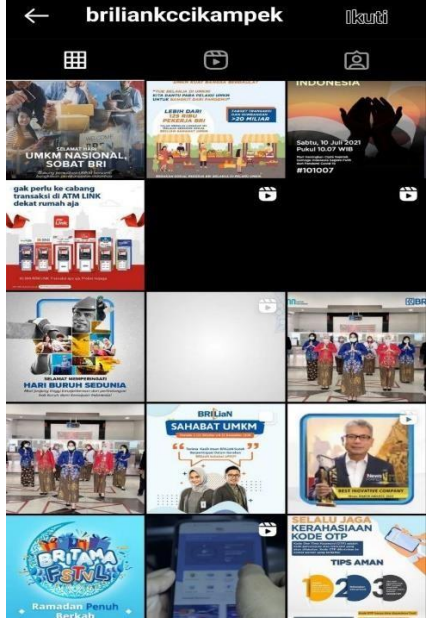

1. Pada baris pertama dari bawah merupakan promosi buka rekening jaman now yang bisa dijangkau dari rumah.



2. Pada baris kedua dari bawah mengenai prestasi Bank BRI Kanca Cikampek dalam mendapatkan apresiasi program Asuransi Mikro dari PT. BRI Asuransi Indonesia (BRINS) TW 2 tahun 2020.

- Lalu ada penghargaan lagi dalam penghargaan Penganugerahan *Certification of Excellence* (COE) dan BRI x Cluster Jakarta (KW Jak1, Jak2, Jak3 dan KCK).

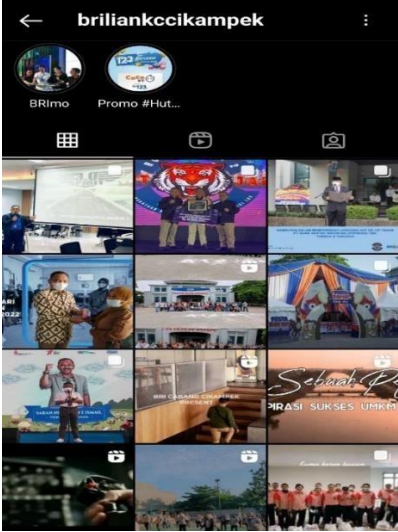
3. Pada barisan utama merupakan promosi mengenai BRI Digital Saving dan BRItama FSTVL.

<p>September hingga November 2020</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada barisan kedua dari bawah merupakan promosi mengenai Racing Transaksi Brimo, lalu ada promosi mengenai kegiatanacara SIMPEDES pada baris ketiga juga.</li> <li>2. Pada baris utama merupakan postingan mengenai apresiasi atas kinerja unggul dalam penerapan ESG (<i>Environmental, Social, dan Governance</i>) dalam aktivitas bisnis.</li> </ol>
<p>November 2020 hingga Februari 2021</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah merupakan perayaan ke 125 tahun Kanwil BRI Jakarta 2.</li> <li>- Lalu ada penghargaan Yubilaris Bank BRI.</li> <li>2. Pada baris ke-dua dari bawah, adanya kegiatan acara dengan event #BEYONDmo.</li> <li>3. Pada baris ke-empat diatas merupakan kegiatan sosialisasi dari BRI yang mendirikan posko – posko bencana alam.</li> </ol>

<p>Februari hingga Agustus 2021</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah, memberikan informasi penyuluhan terhadap maraknya penipuan OTP yang bersifat rahasia.</li> <li>2. Pada baris ke-dua dan ke-tiga mengenai program BRILian dan iklan untuk Tabungan BriJunio</li> <li>3. Pada baris ke-lima diatas, memperingti UMKM Nasional.</li> </ol>
<p>Agustus 2021</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah merupakan kegiatan sosialisasi yang dilakukan Bank BRI kepada UMKM yang mengalami dampaknya pandemic covid19.</li> <li>2. Pada baris ke-dua mengenai penghargaan yang didapatkan Bank BRI KC Cikampek sebagai Insan Brilian dalam Culture Activation Program BRI Excellent 2020.</li> </ol>

<p>Agustus hingga Oktober 2021</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dari bawah, memberikan informasi tips untuk bertransaksi aman dan nyaman. Lalu, mengenai EDC Android BRI untuk mempermudah bertransaksi secara nontunai.</li> <li>2. Pada baris ke-dua dan ke-tiga mengenai kegiatan sosialisasi penyerahan bantuan berupa sembako kepada warga perumahan Rancamanyar</li> <li>3. Pada baris ke-tiga diatas merupakan penyerahan klaim uang pertanggungan Davestera BRILIFE Nasabah BRIKC Cikampek Kanwil Jakarta 2.</li> </ol>
<p>Oktober 2021 hingga Mei 2022</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada baris pertama dan ke-dua dari bawah, merupakan kegiatan event Panen hadiah Simpedes periode 1.</li> <li>2. Pada baris ke-dua dan ke-tiga mengenai program BRILian dan iklan untuk Tabungan BriJunio</li> <li>3. Pada baris ke-tiga dari bawah, memperingati Kemerdekaan Indonesia, lalu adanya sosialisasiprogram QRIS.</li> </ol>



		<p>4. Pada baris ke-empat, Bank BRI KC Cikampek mendapatkan penghargaan.</p> <p>5. Pada baris ke-lima, Bank BRI KC Cikampek memberikan potongan harga pada pengguna kredit dan debit BRI.</p>
<p>Mei 2022 hingga Februari 2023</p>	 <p>The image shows a grid of 12 Instagram posts from the account @briliankccikampek. The posts include: a BRImo app promotion, a handover ceremony, a community event, a presentation, a group photo, a community meeting, a business presentation, a group photo, a community event, a group photo, a community event, and a group photo.</p>	<p>1. Pada baris pertama dari bawah, merupakan kegiatan penyerahan bantuan sembako. Dan Program spirit 2.0 <i>Culture Activation</i></p> <p>2. Pada baris ke-dua dan ke-tiga mengenai kegiatan event Pesta Rakyat Simpedes dan penggunaan aplikasi BRImo.</p> <p>3. Pada baris ke-empat merupakan agenda Rakerwil Jakarta 2 yang mendapatkan penghargaan sebagai Best Kanca Penyalur KUR Kecil Tertinggi serta Pemaparan Culture Activation Program Spirit 3.0.</p>

Sumber: Instagram @briliankccikampek

Melalui media sosial PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Kantor Cabang Cikampek bisa kesimpulan bahwa tidak terlihat adanya postingan yang menginformasikan tentang produk Britama Bisnis. Melalui wawancara bersama Manajer *Marketing* Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cikampek yaitu bapak

Reza Pradana mengatakan bahwa media yang digunakan dalam promosi secara *offline* yaitu iklan tepat di *banking hall customer service* dan *teller* dalam bentuk *videothrone* yang diputar di TV, sedangkan promosi melalui media *online* bapak Reza Pradana menyetujui bahwa benar mengenai promosi produk – produk Bank BRI di *Instagram @briliankccikampek* tidak begitu *up to date*. Juga kebanyakan dari nasabah Britama Bisnis menggunakan produk Britama Bisnis sebagai wadah *payroll* karyawannya di beberapa perusahaan besar sedangkan untuk pengusaha menengah kebawah hanya mengetahui tentang kredit rakyat seperti KUR dan juga tabungan simpedes. Sehingga jarang adanya peminat pebisnis menengah kebawah menggunakan tabungan Britama Bisnis.

Hal ini tentu belum bisa sepenuhnya direalisasikan dengan baik, dikarenakan adanya ketentuan dan kebijakan dari Kantor Pusat PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk yang diberlakukan kepada Kantor Cabang di seluruh Indonesia. Mengingat kembali adanya media sosial di jaman maju ini dapat mempermudah masyarakat luas untuk mendapatkan informasi bagi sebuah produk yang menjadi kebutuhannya. Tantangan dalam melakukan kegiatan promosi produk Tabungan Britama Bisnis juga muncul dari faktor lain seperti sedikitnya para pelaku pengusaha di Cikampek dan ketertarikan masyarakat luas terhadap produk, juga ketatnya persaingan dengan bank konvensional lainnya pada segmentasi yang sama dengan produk Tabungan Britama Bisnins. Dari pada itu, penerapan promosi yang optimal harus terus diinovasikan dari perusahaan ke karyawan agar bisa lebih percaya diri dalam melakukan kegiatan promosi untuk menarik perhatian dan hati masyarakat luas di Cikampek pada produk Tabungan Britama Bisnis sehingga

target tujuan utama perusahaan bisa tergapai dan bisa meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Britama Bisnis.

Menurut pendapat peneliti indikator promosi pada kegiatan promosi Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cikampek memiliki kekurangan disegmen *personal selling* dan periklanan pada kegiatan kinerja karyawan untuk mempromosikan Britama Bisnis ke masyarakat secara meluas.

Melalui latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Promosi Produk Tabungan Britama Bisnis Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Kanca Cikampek.”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Mengenai tentang rumusan masalah berdasarkan identifikasi masalah dapat diketahui bahwa: **“Bagaimana Penerapan Promosi Produk Tabungan Britama Bisnis Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Kanca Cikampek?”**

Peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam beberapa poin berikut:

1. Bagaimana gambaran umum Bank BRI (Persero) Tbk Cabang Cikampek?
2. Bagaimana penerapan promosi produk Tabungan Britama Bisnis di Bank BRI (Persero) Cabang Cikampek?
3. Apa saja hambatan – hambatan dan usaha - usaha yang dapat mempengaruhi promosi produk Britama Bisnis di Bank BRI Cabang Cikampek?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adanya penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum Bank BRI (Persero) Cabang Cikampek.
2. Mengetahui penerapan promosi produk Tabungan Britama Bisnis di Bank BRI (Persero) Cabang Cikampek.
3. Mengetahui hambatan – hambatan yang mempengaruhi promosi produk tabungan Britama Bisnis serta usaha – usaha dari hambatan di Bank BRI Kanca Cikampek.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

#### **a. Kegunaan Penelitian**

Melaksanakan penelitian ini dapat dipetik kegunaannya yaitu mendapatkan wawasan dunia kerja seputar perbankan serta mendapatkan bekal pentingnya keterampilan dalam bekerja. Dan juga penelitian ini dapat berguna menjadi informasi yang dapat membantu nasabah baru pada sektor perbankan.

#### **b. Kegunaan Teoritis**

Untuk kegunaan teoritis dapat digunakan sebagai acuan pustaka tentang strategi pemasaran terhadap Bank BRI, melalui penelitian ini dapat berguna bagi pembaca gambarsebagai referensi dan menjadi informasi yang dapat membantu penelitian selanjutnya apabila dibutuhkan.

## **1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.4.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu Bank BRI Kanca Cikampek, Jl. Jend. A. Yani No. 16, Cikampek, Karawang, Jawa Barat – 41373.

### **1.4.2 Lamanya Penelitian**

Berlangsungnya penelitian yang telah dilakukan memiliki waktu selama 6 bulan, bulan Desember 2022 hingga Mei 2023.