



Implementasi Canvassing Dalam Pemasaran Tabungan Britama Payroll Di Bidang Marketing Pada Bri Kantor Cabang Bondowoso

Bety Risqiyah¹, Novita Ningsih², Kamaliyatul Mawaddah³

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember

¹Bety300702@email.com, ²nsn94712@email.com, ³kamaliya1630@email.com.

Info Artikel	Abstrak
<p>Masuk: 15 Februari 2024</p> <p>Diterima: 29 Februari 2024</p> <p>Diterbitkan: 01 Maret 2024</p> <p>Kata Kunci: Tabungan, Britama, Payroll</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang Strategi Canvassing pada Tabungan Britama Payroll dibidang Marketing pada BRI KC Bondowoso yang merupakan salah satu prodak yang paling diminati ole nasabah yang bekerja sama dengan BRI. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi pemasaran yang digunakan di BRI KC Bondowoso, memahami konsep sistem dari pemasaran produk Layanan Payroll di BRI KC Bondowoso, dan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh PT BRI KC Bondowoso dalam menerapkan strategi pemasaran produk-produknya.</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui penelitian lapangan dan studi kepustakaan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nasabah banyak tertarik pada produk Tabungan Britama Payroll ini Khususnya Instansi yang bekerjasama dengan BRI, selain itu BRI KC Bondowoso tidak hanya menggunakan metode canvassing untuk memperluas basis nasabah, tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan nasabah yang ada dan meningkatkan retensi mereka dengan berinteraksi langsung untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan kekhawatiran individu, sehingga tim pemasaran dapat menyesuaikan pendekatan pemasaran dan menawarkan solusi yang sesuai secara lebih efektif.</p>

PENDAHULUAN

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebuah institusi keuangan yang didirikan sebagai bank pemerintah pertama di Indonesia, telah mengalami sejumlah perubahan nama dan status selama sejarahnya yang erat kaitannya dengan perjuangan bangsa Indonesia. Perubahan-perubahan tersebut memiliki signifikansi dalam pertumbuhan dan perkembangan BRI sesuai dengan visi dan misinya dalam melayani nasabah. Dalam menjalankan operasinya, bank ini dikelola oleh staf yang paham akan tanggung jawab mereka sesuai dengan tugas yang ditetapkan dalam struktur organisasi perusahaan. BRI, sebagai salah satu bank pemerintah terbesar di Indonesia, memiliki sejarah panjang yang dimulai dari pendiriannya di Purwokerto oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadia pada tahun 1895 selain itu ada beberapa permasalahan yang sering terjadi pada Britama Payroll seperti Keterlambatan pembayaran gaji, Kesalahan dalam perhitungan gaji, Kesulitan akses informasi gaji. produk ini tidak hanya unggul akan tetapi terdapat juga kekurangan di dalamnya. Solusi dari masalah tersebut bisa diatasi dengan memastikan bahwa proses pengolahan gaji dilakukan secara tepat waktu dan efisien oleh pihak yang bertanggung jawab, dengan melakukan verifikasi dan validasi data secara cermat sebelum proses penggajian dilakukan, dan menyediakan sistem yang mudah diakses dan user-friendly, serta memberikan pelatihan kepada karyawan tentang cara menggunakan platform tersebut.

Menurut Dhias Widhiyati, Direktur Bisnis di PT Bank BNI Syariah, layanan penggajian telah mengalami peningkatan yang signifikan dari waktu ke waktu. Saat ini, BNI Syariah menangani pembayaran gaji untuk berbagai institusi seperti kementerian, BUMN, dan Perguruan Tinggi dengan total nilai sekitar R100 miliar setiap bulannya. Trend penggunaan BNI Syariah untuk pembayaran gaji terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) BNI Syariah yang mencapai 19,18% pada November 2018. In tercermin dari jumlah institusi seperti kementerian, BUMN, dan Perguruan Tinggi yang semakin banyak yang memilih BNI Syariah sebagai mitra untuk pembayaran gaji (Ropesta Sitorus, 2019).

Sistem penggajian (payroll) membantu mengotomatisasi tugas-tugas rutin departemen SDM setiap bulan dengan menghitung total gaji yang harus dibayarkan kepada karyawan. Perhitungan ini melibatkan berbagai komponen seperti gaji pokok, tunjangan transportasi, uang makan, uang lembur, dan fasilitas lain yang diberikan oleh perusahaan. Bagi institusi keuangan seperti bank, sistem penggajian dapat dijadikan sebagai strategi untuk meningkatkan produk-produknya, termasuk menarik lebih banyak nasabah untuk membuka rekening, menyediakan pembiayaan yang

pembayarannya dilakukan melalui potongan gaji, seta untuk memperluas jangkauan bisnis dan memperbaiki reputasi bank (Ervina, 2020).

Saat ini, persaingan di sektor perbankan sangat sengit karena banyaknya jumlah bank dan ragam produk atau layanan yang ditawarkan. Bank-bank sat ini harus berupaya keras untuk menarik calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, bank dapat mendapatkan wawasan penting untuk merancang strategi pemasaran yang dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2001).

Dalam industri perbankan, pemasaran memiliki peran yang sangat penting untuk kesuksesan perusahaan, terutama karena persaingan bisnis yang semakin ketat dalam ekonomi global. Pertumbuhan cepat dalam industri perbankan syariah menekankan pentingnya meningkatkan strategi pemasaran, yang menjadi faktor kunci dalam operasional bank syariah (Wiroso, 2005:1).

Peran perbankan sebagai age pembangunan dalam kehidupan nasional diakui secara luas.

Peran utamanya adalah sebagai lembaga perantara keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyediakannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Muhammad, 2012:2).

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan metode penelitian kualitatif yang terdiri dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan melibatkan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan staf pemasaran BRI KC Bondowoso untuk memperoleh data yang akurat terkait proses penelitian. Sementara itu, penelitian kepustakaan menggunakan sumber-sumber tertulis. Melalui wawancara dan observasi, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh BRI KC Bondowoso untuk mempromosikan layanan Payroll mereka adalah dengan menggunakan Strategi Canvassing.

Penelitian ini didasarkan pada pemikiran beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan kepuasan terhadap Bank. Persaingan dalam dunia usaha perbankan sangat ketat, dengan sejumlah besar bank dan beragam produk atau layanan pesaing yang ditawarkan. Saat ini bank berupaya untuk mendapatkan nasabah potensial dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Penelitian ini didasarkan pada pemikiran beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan kepuasan terhadap Bank. Persaingan dalam dunia usaha perbankan sangat ketat, dengan sejumlah besar bank dan beragam produk atau layanan pesaing yang ditawarkan. Saat ini bank berupaya untuk mendapatkan nasabah potensial dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

- A. Melalui hasil penelitian, terungkap bahwa implementasi strategi Canvassing dapat menghasilkan peningkatan.

Tabel 1.1
Data jumlah nasabah baru Tabungan Britama



Setiap minggu, PT. BRI KC Bondowoso melayani pembukaan rekening baru Britama untuk 1-10 nasabah, yang dapat mencapai 100-1000 nasabah dalam satu minggu berkat strategi Canvassing mereka. Pada beberapa minggu tertentu, jumlah nasabah yang dilayani oleh bank BRI bahkan melebihi 1000 karena kerja sama dengan berbagai

instansi seperti STAI At Takwa, PT P3A, PT MDR, HIPPA, dan BA WASLU. Selain membuka rekening, mereka juga membantu distribusi Kartu Debit/Tabungan Britama kepada nasabah, seperti mahasiswa STAI At Takwa pada minggu ketiga. Pada minggu keempat, bank BRI melayani 1140 nasabah berkat kerja sama dengan BAWASLU. Kerja sama ini memungkinkan BAWASLU untuk lebih mudah menggaji stafnya karena BRI memiliki jaringan luas dan infrastruktur keuangan yang kuat. Sebelum kerja sama ini terjalin, pihak BRI, khususnya RMFT, mengajukan penawaran kepada ketua BAWASLU, yang kemudian disetujui. Sebagai persyaratan pembukaan rekening, RMFT meminta KTP dan foto calon pemilik rekening untuk mempermudah pendataan, dan proses pembukaan rekening berlangsung dalam waktu satu minggu ke depan. RMFT tidak hanya bekerja sendiri, melainkan dibantu oleh CS dalam pembuatan buku tabungan dan kartu debit.

Grafik di atas menunjukkan peningkatan dari minggu pertama hingga minggu keempat karena Tim Pemasaran BRI telah menerapkan Strategi Canvassing untuk menggalakkan produk tabungan BritAma dengan tujuan meningkatkan jumlah nasabah dan mencegah penurunan yang signifikan.

B. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Observasi adalah teknik utama dalam penelitian. Penelitian primer mencakup pengumpulan data atau informasi yang sedang dipelajari secara langsung oleh peneliti, baik melalui pengamatan langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui kuesioner yang diberikan kepada responden.

2. Wawancara

ini adalah metode penelitian yang melibatkan wawancara dengan anggota organisasi untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

3. Kuisisioner

Metode pengumpulan data yang melibatkan menyebarkan kuisisioner kepada responden untuk mendapatkan tanggapan dari mereka..

4. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian ini melibatkan studi beberapa buku dan literatur, pengumpulan dokumen, arsip, serta catatan relevan dari organisasi yang terkait dengan topik penulisan skripsi ini, yang kemudian dianalisis kembali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pemasaran yang berhasil perlu menyatukan seluruh aspek bauran pemasaran ke dalam program pemasaran yang terintegrasi, yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan dengan memberikan nilai kepada konsumen. Berikut beberapa teori yang menyangkut Judul Artikel :

1. Strategi Canvassing

Canvassing adalah strategi yang disusun oleh perusahaan untuk menawarkan, mendistribusikan, dan mencari pesanan produk atau jasa, serta untuk mengumpulkan informasi dari pengecer atau konsumen. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menciptakan pasar dan berinteraksi langsung dengan calon konsumen potensial agar pemasaran dapat dilakukan dengan pendekatan yang lebih personal. Seluruh karyawan bank, bukan hanya dari divisi pemasaran, turut serta dalam kegiatan ini. Mereka dibagi menjadi dua tim yang bertugas untuk memperkenalkan produk-produk Bank BRI kepada masyarakat dan instansi-instansi. Hasil dari kegiatan canvassing ini mencakup peningkatan jumlah nasabah setiap bulannya, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap Bank BRI dan produknya, serta kemudahan transaksi bagi nasabah karena pihak bank secara aktif mendatangi calon nasabah untuk memperkenalkan produk Bank BRI.

2. PAYROLL

Payroll adalah layanan yang disediakan oleh sebuah bank untuk institusi-institusi yang memungkinkan pembayaran gaji karyawan secara kolektif. Bagi bank, layanan ini dapat berperan sebagai strategi untuk meningkatkan portofolio produknya, seperti menarik lebih banyak nasabah untuk membuka rekening, menawarkan pembiayaan dengan potongan gaji, serta untuk memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan citra bank. Penggajian merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh Bank BRI di antara rangkaian produk dan layanan lainnya. Ini melibatkan pembukaan rekening BritAma BRI untuk penggajian karyawan dan transfer otomatis gaji dari rekening induk ke rekening tujuan. Layanan ini memberikan sejumlah keuntungan bagi nasabah dan Kantor Cabang BRI Bondowoso. Penggajian, atau payroll, merupakan aspek penting bagi setiap perusahaan. Kepentingan pembayaran gaji secara akurat dan tepat waktu sangat besar untuk menjaga kinerja yang baik, reputasi perusahaan yang terjaga, dan menghindari denda yang mungkin timbul. Sistem penggajian yang terkomputerisasi, atau sering disebut aplikasi penggajian, dapat membantu dalam melakukan pembayaran gaji karyawan dengan cepat, efisien, dan mengurangi risiko kesalahan.

3. BRITAMA



Tabungan BRI Britama adalah jenis tabungan yang menawarkan berbagai kemudahan, didukung oleh layanan e-banking dan sistem online real-time yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Keandalan transaksi BRI Britama yang konsisten membuat nasabah cenderung memilih produk ini lebih lama karena mudah didapatkan dan sesuai dengan kebutuhan, serta memberikan bonus tabungan yang beragam. BRI Britama menawarkan lima fitur utama, seperti kemudahan bertransaksi di lebih dari 9.500 Kantor Cabang BRI dan 18.000 ATM BRI di seluruh Indonesia, aksesibilitas Kartu Debit BRI di berbagai jaringan, layanan E-Banking BRI, perlindungan asuransi kecelakaan diri gratis, dan kemudahan transaksi otomatis seperti Automatic Fund Transfer (AFT), Account Sweep (AS), dan Automatic Grab Fund (AGF). Tabungan BRITAMA, sebagai produk utama dari Bank BRI, terus ditingkatkan kualitasnya oleh bank tersebut untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan yang sudah ada. Salah satu strategi yang digunakan adalah meningkatkan standar pelayanan, karena pemasaran tidak hanya bergantung pada faktor seperti produk, harga, dan promosi, tetapi juga pada kualitas layanan yang diberikan.

1. Strategi Canvassing Produk tabungan Britama

Salah satu strategi yang sangat efektif yang digunakan oleh tim pemasaran di BRI Kantor Cabang Bondowoso adalah Strategi Canvassing. Strategi ini menjadi favorit karena hasilnya mampu menarik banyak nasabah, terutama dalam mempromosikan produk-produk BRI, khususnya Britama Payroll. Melalui kajian teori, kita memahami pengertian dan manfaat dari Britama Payroll serta strategi penerapannya, yaitu Strategi Canvassing, yang merupakan pendekatan pemasaran di mana tim penjualan melakukan kunjungan langsung ke calon pelanggan potensial. Tujuan utama dari strategi ini adalah membangun hubungan langsung dengan calon pelanggan, mengidentifikasi kebutuhan mereka, dan memengaruhi keputusan pembelian dengan memberikan informasi yang relevan dan meyakinkan. Di Bank BRI KC Bondowoso, Strategi Canvassing biasanya dilakukan dengan mencari informasi terlebih dahulu atau melihat data yang sudah ada pada BRI. Strategi ini merupakan salah satu prosedur untuk mencari nasabah. Tabungan Britama adalah produk tabungan BRI yang dirancang untuk memberikan kemudahan transaksi kepada nasabah dengan fleksibilitas penyetoran dan penarikan. Bank BRI terus meningkatkan aksesibilitas nasabahnya dengan mengembangkan fasilitas dan fitur pada Tabungan Britama, menjadikannya sebagai produk unggulan BRI yang memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan dengan produk serupa dari bank lain. Pembuatan rekening Britama Payroll biasanya digunakan untuk kerjasama antar instansi besar seperti PT MDR. Bank BRI memanfaatkan kesempatan ini dengan baik untuk mencari nasabah.

2. Analisa SWOT Terhadap Produk Tabungan Britama Payroll

Untuk mendukung program penjualan tabungan Britama, sangat penting untuk merencanakan strategi yang melibatkan analisis keempat aspek, yakni Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang dihadapi oleh BRI.

A. Analisa Strength (Kekuatan)

1. Bebas biaya administrasi
2. Fasilitas transfer otomatis
3. Ketersediaan jaringan ATM dan cabang
4. Akses ke layanan perbankan digital

B. Analisa Weakness (Kelemahan)

1. Meliputi biaya administrasi bulanan yang tinggi
2. Keterbatasan dalam jumlah penarikan tunai
3. Kurangnya fitur atau manfaat tambahan dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.
4. Ketergantungan pada Gaji

C. Analisa Opportunities (Peluang)

1. Bank BRI memiliki jaringan yang luas dengan nasabah
2. Dapat kerjasama dengan berbagai instansi untuk membuat Tabungan Britama yaitu sistem payroll yang gunanya mempermudah instansi untuk menggaji karyawannya
3. Program penghargaan atau tambahan manfaat spesial bagi nasabah yang menggunakan tabungan payroll.

D. Analisa Threat (Ancaman)

1. Risiko keamanan dalam transaksi perbankan digital
2. Potensi kenaikan biaya administrasi dari pihak bank
3. Persaingan dari produk tabungan lain yang menawarkan fitur yang lebih menggiurkan

3. Prosedur Pembukaan Tabungan Britama

Para nasabah mengunjungi layanan pelanggan untuk membuka rekening tabungan Britama. Mereka mengisi formulir pembukaan rekening, yang kemudian diproses oleh petugas layanan pelanggan untuk mendapatkan nomor rekening nasabah. Setelah itu, formulir tersebut diserahkan kepada supervisor atau petugas bank untuk diverifikasi sebagai persetujuan resmi dari pihak bank. Setelah diverifikasi, formulir tersebut diberikan kepada teller bersama dengan slip setoran dan uang yang disetorkan oleh nasabah sebagai setoran awal.

4. Prosedur Penutupan Rekening Tabungan Britama

Rekening tabungan Britama di Kantor Cabang Kertajaya Surabaya Bank BRI dapat ditutup atas permintaan nasabah atau oleh bank sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian pembukaan rekening. Permintaan penutupan rekening diajukan oleh nasabah kepada petugas layanan pelanggan, dan setelah persetujuan penutupan diberikan oleh bagian operasional, teller akan mengembalikan sisa saldo kepada nasabah, jika ada.

5. Proses Pembukaan Rekening Tabungan Britama

1. Pelanggan memberikan kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) kepada petugas layanan pelanggan untuk diperiksa keabsahannya.
2. Petugas layanan pelanggan memberikan penjelasan mengenai tabungan Britama beserta persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah.
3. Setelah menerima informasi tentang tabungan Britama dari petugas layanan pelanggan, calon nasabah yang tertarik membuka rekening akan diberikan formulir pembukaan tabungan.
4. Calon nasabah diminta mengisi formulir tersebut.
5. Nasabah kemudian melakukan penandatanganan pada Kartu Contoh Tanda Tangan (KCTT) yang disediakan oleh petugas layanan pelanggan.
6. Setelah formulir diisi dengan lengkap dan benar, calon nasabah menyerahkan kembali formulir tersebut kepada petugas layanan pelanggan untuk diperiksa, sambil juga melampirkan fotokopi bukti identitas diri.
7. Petugas layanan pelanggan melakukan pembuatan CIF (Customer Information File) jika calon nasabah belum memiliki riwayat sebagai nasabah BRI sebelumnya. CIF berisi informasi lengkap tentang nasabah sesuai dengan kartu identitas yang diserahkan.
8. Selanjutnya, petugas layanan pelanggan memberikan nomor rekening kepada nasabah bersama dengan buku tabungan dan kartu debit, serta mencetak salinan dan statistik nasabah serta menyertakan KCTT.
9. Dokumen-dokumen tersebut diperiksa oleh supervisor untuk memastikan kelengkapan dan kesesuaian data, sebelum rekening tabungan diaktifkan dan dokumen rekening dikembalikan ke layanan pelanggan.
10. Dokumen pembukaan rekening disimpan oleh petugas layanan pelanggan dalam file, sementara nasabah diminta untuk mengisi dan menandatangani slip setoran sebagai bukti penyetoran awal di teller.
11. Nasabah mengisi slip setoran awal dan kemudian mengunjungi teller untuk melakukan penyetoran awal.
12. Teller menerima slip setoran, buku tabungan, dan uang setoran awal dari nasabah.
13. Teller memeriksa kebenaran pengisian slip setoran dan melakukan perhitungan ulang jumlah uang untuk memastikan kesesuaian dengan jumlah yang tercatat pada slip.
14. Teller mencatat transaksi di komputer, memvalidasi slip setoran, mencetak buku tabungan Britama, menandatangani slip setoran, dan memeriksa tanda tangan dalam buku tabungan.
15. Selanjutnya, teller mengembalikan buku tabungan kepada nasabah.

6. Implementasi strategi canvassing dapat mencakup beberapa langkah, termasuk:

1. Identifikasi target pasar: Tentukan segmen pasar atau wilayah geografis yang ingin Anda jangkau dengan kampanye canvassing Anda.
2. Persiapan materi promosi: Siapkan materi promosi yang efektif seperti brosur, selebaran, atau presentasi yang menjelaskan produk atau layanan Anda dengan jelas dan menarik
3. Pelatihan tim canvassing: Berikan pelatihan kepada tim Anda tentang produk atau layanan yang Anda tawarkan, serta cara yang efektif untuk berinteraksi dengan calon pelanggan.
4. Penjadwalan rute: Rencanakan rute canvassing yang efisien untuk mencapai sebanyak mungkin calon pelanggan dalam waktu yang ditentukan.
5. Pelaksanaan kunjungan: Lakukan kunjungan langsung ke tempat-tempat yang ditargetkan untuk bertemu dengan calon pelanggan, berikan informasi tentang produk atau layanan Anda, dan berikan penawaran spesial jika memungkinkan.
6. Pengumpulan dan analisis data: Catat hasil kunjungan, tanggapan, dan umpan balik dari calon pelanggan untuk mengevaluasi efektivitas strategi canvassing Anda dan menyesuaikan pendekatan di masa depan.
7. Tindak lanjut: Lakukan tindak lanjut dengan calon pelanggan yang menunjukkan minat atau kesediaan untuk melakukan pembelian atau kerja sama lebih lanjut.

KESIMPULAN

Kesimpulan tentang strategi canvassing dalam pemasaran tabungan Britama PAYROLL di BRI KC Bondowoso menegaskan bahwa pendekatan ini merupakan strategi yang sangat penting dan efektif dalam meningkatkan penetrasi pasar serta memperluas jangkauan nasabah potensial. Dalam konteks pemasaran di BRI KC Bondowoso, strategi canvassing memberikan pendekatan aktif dan langsung untuk mengenalkan, memberikan pengetahuan, dan mengundang calon nasabah potensial untuk membuka rekening tabungan Britama PAYROLL. Melalui strategi canvassing, BRI KC Bondowoso dapat mencapai target pasar potensial secara aktif di berbagai lokasi strategis, termasuk perusahaan lokal, kantor-kantor, dan acara komunitas. Dengan mendekati calon nasabah potensial secara langsung, tim pemasaran dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang manfaat, fitur, dan keunggulan tabungan Britama PAYROLL, yang dapat meningkatkan kesadaran dan minat mereka terhadap produk tersebut.

Lebih lanjut, dengan menggunakan pendekatan canvassing, BRI KC Bondowoso dapat membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan calon nasabah. Melalui interaksi langsung, tim pemasaran dapat lebih memahami kebutuhan, preferensi, dan kekhawatiran individu, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pendekatan pemasaran dan menawarkan solusi yang sesuai secara lebih efektif. Dengan demikian, strategi canvassing tidak hanya menciptakan peluang untuk memperluas basis nasabah, tetapi juga memperkuat hubungan dengan nasabah yang ada dan

meningkatkan tingkat retensi mereka. Selain itu, untuk meningkatkan minat nasabah dalam membuka tabungan di PT. BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Bondowoso, hasil penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Bondowoso menyimpulkan beberapa langkah yang diperlukan, antara lain: menjaga kualitas dan keunggulan produk untuk mencapai target; melakukan sosialisasi untuk menarik minat nasabah; memilih lokasi yang strategis untuk memperoleh akses yang lebih mudah kepada instansi terkait dan nasabah di sekitar Bank; serta memberikan pendidikan yang baik kepada pegawai untuk membentuk karakter dan memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada calon nasabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tak lupa kami ucapkan Terimakasih kepada Bapak Ady Pranowo selaku Manajer, dan kepada kakak Enigage Pretty Lustyaningrung, Nicolina Indriani, dan Fauzi Ripda Fitriani yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada kami dan juga membimbing kami dalam melaksanakan Penelitian ini. Kami memahami bahwa penelitian ini tidaklah sempurna, tetapi kami akan selalu berkomitmen untuk memberikan yang terbaik sesuai dengan standar yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, Indri, Ayudia Rosalina, Sutandar Erman, 2021. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Britama Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bintaro*. jurnal akuntansi keuangan dan perbankan, Volume 2 Nomor 2.
- Fadilah, Siti Nur, 2022. *Strategi Promosi Pada Produk Tabungan Britama Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan Di Pt. Bri (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember*, Universitas Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.
- Eko, riski . Listian.ria Kurniawati. April 2021 *Analisis strategi marketing layanan payroll, bank BNI syariah Jababeka Cikarang 03 2021* jurnal ekonomi syariah pelita bangsa .
- Arkanuddin, Fahmi Mohammad. 2 September 2021, *Analisis pengaruh bauran pemasaran holistik terhadap loyalitas nasabah tabungan pada bank BRI*, 29 July 2021. Jakarta
- Kurniah, Deni . "Strategi Pemasaran Terhadap Nasabah Non Muslim Dibank Syariah (Studi pada Bank Muamalat Capem Parepare)". Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare, 2016.
- Nova, Uli Sinaga , 2009 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Studi Kasus Pada Pt. Bri (Persero) Tbk, Cabang Manado Pinaesaan*.
- Prividyanto, Dwi Ovita 2019, *Strategi Pemasaran Tabungan Britama Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Mojokerto*, Program Studi Keuangan dan Perbankan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Luh, Novi Arini , 2020, *Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pt. Bri (Persero), Tbk. Kcp Seririt Kabupaten Buleleng*, Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi, Vol. 7 No. 1
- Philip, Kotler, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 9.
- Tjokorda, Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan, Made Mulia Handayani, Ni Putu Pebriani _"PENGARUH Potongan Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Canvasing Nirmala Di Klungkung Bali"_ Universitas Ngurah Rai Februari 2023
- Faronika, viva dan Asriyal . "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan Britama Pada Bank BRI Kantor Cabang Bondowoso". STIE Ahmad Dahlan Jakarta, 2012.
- Sherina, Norelia, 2020, Judul "Prosedur Pelaksanaan Simpanan Tabungan Britama X Di Bank Bri Kantor Cabang Kertajaya Surabaya" Hal 9