

**REVIEW OF BLU BY BCA MARKETING MIX IN THE DIGITAL BANK
ERA**

By:

Raden Roro Velma Lucretia Daniswara

ABSTRACT

During the pandemic, the demand for digitalisation arises due to changing public expectations for faster and more efficient financial services. The purpose of writing this Final Project is to find out the Blu by BCA feature, the marketing mix, and the impact of the marketing mix felt by BCA Digital. The data collection method used is the secondary data collection method through literature review. The data that has been collected will be analysed with a descriptive method that aims to describe the marketing mix of Blu by BCA. Blu is a Digital Bank application under the control of PT Bank Digital BCA. BCA Digital has different segments and strategies from conventional banks, but BCA Digital's infrastructure still adapts to BCA's channels. In this era of tight digital banks, BCA Digital is improving service quality and implementing an effective marketing mix. With user-friendly application features, Blu makes it easy for Millennial and Gen Z customers to transact. BCA Digital applies the 7P marketing mix elements, namely product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. The increasing public interest in using digital banks for ease of transactions is the focus of BCA Digital going forward.

Keyword: Digital Bank, Marketing, Marketing Mix, Financial Management.

TINJAUAN BAURAN PEMASARAN BLU BY BCA DI ERA DIGITAL BANK

Oleh:

Raden Roro Velma Lucretia Daniswara

ABSTRAK

Dimasa pandemi, tuntutan akan digitalisasi muncul akibat berubahnya ekspektasi masyarakat terhadap layanan keuangan yang lebih cepat dan efisien. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini yaitu mengetahui fitur Blu by BCA, bauran pemasaran, serta dampak bauran pemasaran yang dirasakan oleh BCA Digital. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode pengumpulan data sekunder melalui telaah pustaka. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan bauran pemasaran Blu by BCA. Blu merupakan aplikasi Bank Digital yang berada di bawah kendali PT Bank Digital BCA. BCA Digital memiliki segmen dan strategi yang berbeda dengan bank konvensional, namun infrastruktur BCA Digital tetap menyesuaikan dengan *channel* BCA. Di era digital bank yang ketat ini, membuat BCA Digital meningkatkan mutu pelayanan serta mengimplementasikan bauran pemasaran yang efektif. Memiliki fitur aplikasi yang *user friendly*, Blu memudahkan nasabah Milenial dan Gen Z dalam bertransaksi. BCA Digital menerapkan unsur bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan bank digital untuk kemudahan dalam bertransaksi menjadi fokus BCA Digital kedepannya.

Kata kunci: Perbankan Digital, Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pengelolaan Keuangan.