



**PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG
CIBINONG**

LAPORAN TUGAS AKHIR

ADAM YOGA PRATAMA

2110101040

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2024



**PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG
CIBINONG**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya**

ADAM YOGA PRATAMA

2110101040

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adam Yoga Pratama

NIM : 2110101040

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juli 2024

Yang menyatakan,

A yellow and black postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text 'METERAI TEMPILU' and '246AJX01843373'. The signature is written in black ink over the stamp.

Adam Yoga Pratama

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adam Yoga Pratama

NIM : 2110101040

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma Tiga Perbankan dan Keuangan

Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

**ANALISIS KUALITAS ASET PRODUKTIF (KREDIT) PADA PT BANK
MANDIRI (PERSERO) Tbk. PERIODE 2021-2023**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juli 2024

Yang menyatakan, materai



Adam Yoga Pratama

PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR
PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR
(SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG CIBINONG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADAM YOGA PRATAMA

2110101040

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 18 Juli

2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Jenji Gunadi Argo, SE, MM., CLIP

Ketua Penguji



Anita Nopivanti, SE, MM

Penguji I

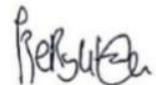


Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.L., MM.
Ketua Jurusan



Kery Utami, SE., Msi
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Juli 2024

PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG CIBINONG

Oleh :

Adam Yoga Pratama

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI KC Cibinong dalam meningkatkan jumlah nasabah pelajar. Produk ini ditujukan untuk siswa dari tingkat PAUD hingga SMA dan tersedia di berbagai bank di Indonesia dengan persyaratan yang mudah dan fitur menarik. Metode penelitian meliputi studi pustaka, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BRI KC Cibinong menerapkan konsep Segmenting (Segmentasi), Targeting (Penentuan Pasar), dan Positioning (Pasar Sasaran), serta menggunakan tujuh unsur bauran pemasaran (marketing mix): strategi produk, harga, promosi, tempat, pegawai, bukti fisik, dan proses. Pemasaran produk Simpel mencakup program-program tabungan menarik seperti desain produk yang lucu, hadiah bagi pembuka tabungan, dan bundling layanan perbankan untuk pelajar dan sekolah. Strategi pemasaran ini menunjukkan peningkatan dalam jumlah nasabah dari waktu ke waktu.

Kata Kunci : Segmentasi, Positioning, Targetting, Bauran Pemasaran, Implementasi pelaksanaan Pemasaran.

IMPLEMENTATION OF STUDENT SAVINGS MARKETING (SIMPLE) AT BANK BRI CIBINONG BRANCH OFFICE

By :

Adam Yoga Pratama

ABSTRACK

This research aims to find out the marketing strategy of the Student Savings Savings (Simpel) product at BRI Bank KC Cibinong in increasing the number of students. This product is intended for students from PAUD level to high school and is available at various banks in Indonesia with easy requirements and attractive features. Research methods include library study, documentation, and interviews. The results show that BRI Bank KC Cibinong applies the concept of Segmenting, Targeting, and Positioning, as well as using seven marketing mix elements: product strategy, price, promotion, location, staff, physical evidence, and process. Simpel product marketing includes exciting savings programs such as funny product design, prizes for savings opener, and banking services bundling for students and schools. This marketing strategy shows an increase in the number of customers over time.

Keywords: Segmentation, Positioning, Targeting, Marketing Mix, Marketing Implementation.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Laporan Tugas Akhir (TA) ini dilaksanakan sejak bulan Maret sampai dengan Mei 2024 dengan judul **“PELAKSANAAN PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA BANK BRI KANTOR CABANG CIBINONG”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, serta saudara dan teman-teman yang telah memberikan doa serta dukungan penuh selama menjalani perkuliahan kepada penulis selama ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terima kasih Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Ibu Kery Utami, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma, serta Ibu Diana Triwardhani, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta teman - teman yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 31 Mei 2024

Adam Yoga Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Tujuan.....	4
I.3 Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
II.1 Pemasaran.....	6
II.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
II.1.2 Pelaksanaan Pemasaran.....	6
II.2 Segmentasi Pasar.....	9
II.2.1 Segmentasi.....	9
II.2.2 Targeting.....	10
II.2.3 Positioning.....	11
II.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	12
II.3 Tabungan.....	16
II.3.1 Pengertian Tabungan.....	16
II.3.2 Jenis-Jenis Tabungan.....	16
II.3.3 Sarana Penarikan Tabungan.....	18

II.3.4 Ketentuan Tabungan.....	19
BAB III METODE PENULISAN.....	21
III. 1. Teknik Pengumpulan Data dan Informasi.....	21
III.1.1 Obyek Penulisan.....	21
III.1.2 Sumber Data.....	21
III.1.3 Pengumpulan Data.....	21
III. 2. Metode Pengolahan Data.....	26
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
IV.1 Produk Tabungan Bank BRI Simpel.....	27
IV.1.1 Sejarah BRI Simpel.....	27
IV.1.2 Syarat dan Ketentuan BRI Simpel.....	22
IV.1.3 Prosedur Pembukaan Rekening BRI Simpel.....	28
IV.1.4 Permasalahan dan Solusi Penyelesaiannya.....	29
IV.2 Penerapan STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) dalam Pemasaran BRI Simpel.....	31
IV.2.1 Segmentasi.....	31
IV.2.2 Targeting.....	32
IV.2.3 Positioning.....	33
IV.3 Pelaksanaan Pemasaran BRI SimPel.....	34
BAB V PENUTUP.....	37
V.1 Simpulan.....	37
V.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	39
RIWAYAT HIDUP.....	41
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

3.1 Pedoman Wawancara.....	23
4.2 Pedoman Wawancara.....	23
4.3 Pedoman Wawancara.....	23
4.4 Pedoman Wawancara.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Wawancara Pelaksanaan Pemasaran Program Tabungan BRI Sempel Pada Bank BRI Cabang Cibinong.....	23
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Hasil Wawancara.....	42
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Tugas Akhir.....	49
Lampiran 3 Kartu Monitor Tugas Akhir.....	50