

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG TERHADAP PRODUK BLUSAVING DI BLU BCADIGITAL

Oleh:
Dinda Clara Urbaningrum

ABSTRAK

Penulisan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap minat menabung masyarakat pada produk bluSaving di aplikasi blu BCA Digital. bluSaving merupakan salah satu fitur unggulan dari blu BCA Digital yang memungkinkan pengguna untuk menabung secara digital dengan berbagai kemudahan dan fleksibilitas. Penulisan ini menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada responden yang telah menggunakan aplikasi blu. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, mayoritas responden menyatakan bahwa blu memberikan kemudahan dalam penggunaan, strategi pemasarannya cukup efektif, serta fitur-fitur produk yang disediakan tergolong informatif dan menarik. Namun demikian, masih diperlukan peningkatan dalam aspek edukasi, khususnya mengenai keuntungan menggunakan blu dibandingkan produk serupa dari penyedia layanan keuangan lainnya. Edukasi yang lebih menyeluruh akan membantu pengguna memahami nilai tambah dari produk bluSaving dan pada akhirnya meningkatkan minat menabung pada masyarakat. Hal ini juga dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan digital pada blu dalam jangka panjang serta dapat memperkuat loyalitas pengguna terhadap platform tersebut.

Keyword : Blusaving, Strategi pemasaran, Minat menabung, Digital banking, BLU BCADigital

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG TERHADAP PRODUK BLUSAVING DI BLU BCADIGITAL

Oleh:
Dinda Clara Urbaningrum

ABSTRACT

This paper aims to determine the influence of marketing strategies on people's interest in saving using the bluSaving product in the blu BCA Digital application. bluSaving is one of the superior features of blu BCA Digital that allows users to save digitally with various conveniences and flexibility. This paper uses a questionnaire method to respondents who have used the blu application. Based on the data obtained, the majority of respondents stated that blu provides ease of use, its marketing strategy is quite effective, and the product features provided are quite informative and attractive. However, improvements are still needed in the educational aspect, especially regarding the advantages of using blu compared to similar products from other financial service providers. More comprehensive education will help users understand the added value of the bluSaving product and ultimately increase interest in saving in the community. This can also build public trust in blu's digital banking services in the long term and can strengthen user loyalty to the platform.

Keyword: Blusaving, Marketing strategy, Interest in saving, Digital banking, BLU BCADigital