



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

LAPORAN TUGAS AKHIR

**DINDA CLARA URBANINGRUM
2210101016**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**



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

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Ahli Madya

Dinda Clara Urbaningrum

2210101016

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dinda Clara Urbaningrum

NIM : 2210101016

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

Jakarta, 16 Juni 2025

Yang menyatakan, materai



(Dinda Clara Urbaningrum)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dinda Clara Urbaningrum
NIM : 2210101016
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : D3 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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Terhadap Produk Blusaving Di Blu BCADigital

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 : 23 Juni 2025
Yang menyatakan, materai



Dinda Clara Urbaningrum

PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

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

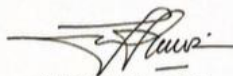
Dipersiapkan dan disusun oleh

DINDA CLARA URBANINGRUM
2210101016

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 23 Juni 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Tri Wardhani, SE., MM., Ph.D
Ketua Penguji



SUBUR, SE., MM
Penguji I



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



Agus Kusmana, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Kery Utami, SE., M.Si
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Juni 2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Senin, tanggal 23 Juni 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Dinda Clara Urbaingrum
NIM : 2210101016
Program Studi : Perbankan dan Keuangan D-III
Judul Tugas Akhir :

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Terhadap Produk Blusaving Di BLU BCA Digital

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata 83,16 dan Nilai Huruf A....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Tri Wardhani, SE., MM., PhD	Ketua	
2	Subur, SE., MM.	Anggota I	
3	Agus Kusmana, SE., MM.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 23 Juni 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Perbankan dan Keuangan D-III

Kery Utami, SE, M.Si

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

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 Februari sampai dengan Mei 2025 dengan judul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Terhadap Produk Blusaving Di Blu Bcadigital”**

Di samping itu, saya ucapkan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini terkhususnya teman saya yang bernama Nadira Faras, Aisyah Putri, dan Naia Andira. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif, tidak hanya bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Fakultas Ekonomi dan Bisnis, tetapi juga bagi pengembangan layanan perbankan digital di masa depan. Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi langkah-langkah kita semua. Amin.

Jakarta, 16 Juni 2025

Dinda Clara Urbaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Tujuan	4
I.3 Manfaat	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Landasan Teori	6
II.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
II.1.2 Tujuan Pemasaran	8
II.1.3 Manfaat Pemasaran	8
II.1.4 Strategi Pemasaran	10
II.1.5 Bauran Pemasaran	11
BAB III METODE PENULISAN	14
III.1 Pengumpulan Data dan Informasi	14
III.1.1 Pengumpulan Data	14
III.1.2 Objek Penulisan	15
III.1.3 Sumber Data.....	15
III.2 Deskripsi Data dan Informasi	16

III.2.1 Teknik Analisis Data.....	16
BAB IV PEMBAHASAN.....	21
IV.1 Sejarah Perusahaan.....	21
IV.1.1 Produk Blu BCADigital.....	22
IV.1.2 Deskripsi Data Responden.....	27
IV.2 Hasil Olah Data Kuesioner.....	28
IV.2.1 Kemudahan Dalam Menggunakan Aplikasi	28
IV.2.2 Strategi Pemasaran.....	34
IV.2.3 Fitur dan Informasi Produk.....	50
IV.2.4 Minat Menabung dan Loyalitas	55
BAB V PENUTUP	61
V.1 Kesimpulan.....	61
V.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
RIWAYAT HIDUP	65
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner Pada Google Form	16
Tabel 2. Bobot skor dan skala dalam skala likert.....	19
Tabel 3. Kemudahan Mengakses Fitur-fitur BLU BCADigital	29
Tabel 4. Pemahaman Dalam Desain	30
Tabel 5. Pemahaman Dalam Desain	31
Tabel 6. Kenyamanan Dalam Penggunaan Produk.....	32
Tabel 7. Pengetahuan Produk Blusaving	35
Tabel 8. Iklan/Promosi Melalui Media Sosial.....	36
Tabel 9. Informasi Konten dan Promosi Melalui Desain.....	37
Tabel 10. Promosi dan Bunga Tinggi Menarik Menabung.....	38
Tabel 11. Pengaruh Public Figure	40
Tabel 12. Strategi Pemasaran Blusaving.....	41
Tabel 13. Pemasaran Blusaving Sesuai Dengan Kebutuhan.....	42
Tabel 14. Promosi Untuk Menggunakan Blusaving	43
Tabel 15. Pemilihan Blusaving Dibanding Produk Tabungan Lain	45
Tabel 16. Strategi Dalam Keputusan Menabung di bluSaving.....	46
Tabel 17. Informasi Produk Blusaving	50
Tabel 18. Fitur Blusaving.....	51
Tabel 19. Keuntungan Produk Blusaving	53
Tabel 20. Penggunaan Produk Blusaving	55
Tabel 21. Menyarankan Produk Blusaving.....	57
Tabel 22. Blusaving Dapat Mencapai Tujuan Keuangan.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo BLU BCA	21
Gambar 2. Diagram Responden (jenis pekerjaan)	27
Gambar 3. Diagram Responden (jenis kelamin)	28
Gambar 4. Diagram Responden (Kemudahan Fitur)	29
Gambar 5. Diagram Responden (Pemahaman Desain).....	30
Gambar 6. Diagram Responden (Proses Pendaftaran Akun).....	31
Gambar 7. Diagram Responden (Kenyamanan Dalam Penggunaan Produk).....	32
Gambar 8. Tampilan Aplikasi BLU BCADigital.....	33
Gambar 9. Diagram Responden (Mengetahui Blusaving)	35
Gambar 10. Diagram Responden (Iklan/Promosi Melalui Media Sosial)	36
Gambar 11. Diagram Responden (Informasi Melalui Desain)	38
Gambar 12. Diagram Responden (Promosi Minat Menabung)	39
Gambar 13. Diagram Responden (Pengaruh Public Figure).....	40
Gambar 14. Diagram Responden (Strategi Pemasaran Blusaving)	41
Gambar 15. Diagram Responden (Pemasaran Blusaving Sesuai Kebutuhan).....	42
Gambar 16. Diagram Responden (Promosi Berhasil Untuk Menggunakan Blusaving)	44
Gambar 17. Diagram Responden (Pemilihan Blusaving Dibanding Produk Tabungan Lain)	45
Gambar 18. Diagram Responden (Strategi Dalam Keputusan Menabung di bluSaving)	46
Gambar 19. Informasi Aplikasi Blu	47
Gambar 20. Informasi Promo Aplikasi Blu	48
Gambar 21. Promosi Aplikasi Blu	48
Gambar 22. Diagram Responden (Informasi Blusaving).....	50
Gambar 23. Diagram Responden (Fitur autodebit dan goal-saving)	52
Gambar 24. Diagram Responden (Keuntungan Produk)	53
Gambar 25. Produk Yang Ditawarkan	54
Gambar 26. Diagram Responden (Penggunaan Blusaving).....	56
Gambar 27. Diagram Responden (Menyarankan Blusaving)	57

Gambar 28. Diagram Responden (Pengelolaan Keuangan).....	58
Gambar 29. Goals Pada Blusaving.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Persetujuan Judul Tugas Akhir	62
Lampiran 2. Kartu Monitor	63
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Tugas Akhir.....	64
Lampiran 4. Perolehan Data Kuesioner Tugas Akhir	65
Lampiran 5. Bukti Penyebaran Kuesioner kepada Pengguna BLU BCADigital...	66