

ABSTRACT

ANALYSIS OF EDC MERCHANT MARKETING STRATEGY AT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk KOTABUMI BRANCH OFFICE

By

Eva Weliyanti

BRI in its operations is supported by the use of EDC machines where the use of EDC Merchant machines by consumers is considered ineffective. The marketing strategy of the banking marketing strategy can be carried out using qualitative methods, where after observing and collecting data then measurements are taken to determine ideas and strategies that are appropriate for banking marketing itself through the SWOT method. The purpose of this study was to determine the marketing strategy formulation of EDC Merchant PT. BRI Tbk Kotabumi Branch Office compiled based on SWOT analysis.

This research was conducted using a descriptive qualitative approach and analyzed using SWOT analysis. The data used in this study were obtained from questionnaires answered by EDC users in the marketing area of the BRI Kotabumi Lampung Branch Office. The results obtained from this study are strategies in marketing the Kotabumi BRI EDC machine should follow alternative diversification strategies.

The implication of this study is that BRI Kotabumi managers are advised to implement the BRIZZI card sales program practice in offices or agencies (Brizzi goes to Office), 10% merchant discount promos and swipe lottery with EDC Merchant Prizes.

Keywords: Marketing, Banking, SWOT

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EDC MERCHANT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk KANTOR CABANG KOTABUMI

Oleh

Eva Weliyanti

BRI didalam operasionalnya didukung oleh penggunaan mesin EDC dimana penggunaan mesin EDC Merchant oleh konsumen dianggap belum efektif. Strategi pemasaran perbankan dapat dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dimana setelah dilakukan pengamatan dan pengumpulan data kemudian dilakukan pengukuran untuk menentukan ide dan strategi yang sesuai untuk pemasaran perbankan itu sendiri melalui metode SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perumusan strategi pemasaran EDC Merchant PT. BRI (Persero) Tbk Kantor Cabang Kotabumi yang disusun berdasarkan analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Data yang digunakan didalam penelitian ini didapat dari kuesioner yang dijawab oleh para pengguna EDC di wilayah pemasaran PT. BRI (Persero) Tbk Kantor Cabang Kotabumi Lampung Utara. Hasil yang didapat dari penelitian ini ialah strategi dalam pemasaran mesin EDC BRI Kotabumi sebaiknya mengikuti alternatif strategi diversifikasi.

Implikasi dari penelitian ini ialah pengelola BRI Kotabumi disarankan untuk mengimplementasikan praktik program penjualan kartu BRIZZI di perkantoran atau instansi (Brizzi goes to Office), promo diskon merchant 10% dan undian Gesek Berhadiah EDC Merchant.

Kata Kunci : Pemasaran, Perbankan, SWOT