

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI CROSS SELLING DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA KARTU BRIZZI PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) KANTOR CABANG BANDAR JAYA**

**Oleh**

**MULYANI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *strategi cross selling* dan hambatannya terhadap peningkatan pengguna produk *brizzi* di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Bandar Jaya. Variabel kualitatif dalam penelitian ini dikategorikan sebagai karyawan BRI yang terlibat langsung dalam strategi *cross selling* dan masyarakat pengguna kartu *Brizzi*. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Menggunakan teknik pengumpulan data observasi lapangan, wawancara, dokumentasi serta literatur. Pemilihan subjek dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive* untuk memperoleh informasi dari 7 informan yang terdiri dari Karyawan BRI dan Nasabah. Data yang didapatkan selanjutnya dianalisis dengan dilakukan reduksi data, triangulasi, penyajian data, lalu penarikan kesimpulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa melakukan *cross selling* untuk meningkatkan nasabah produk *Brizzi* adalah hal yang baik dilakukan oleh BRI dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah pengguna *Brizzi* yang signifikan, *cross selling* dilakukan dengan memberikan penawaran di berbagai macam acara di tengah masyarakat. Di antara kendala yang timbul seperti nasabah yang kurang komunikatif dan kurang berminat, juga beberapa masyarakat yang kurang memahami teknologi.

**Kata Kunci:** *Bank Rakyat Indonesia, Cross Selling, Kartu Brizzi*

## **ABSTRACT**

### **STRATEGY CROSS SELLING CARD USERS BRIZZI AT BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) (BRI) BANDAR JAYA BRANCH OFFICE**

**By**

**MULYANI**

This study aimed to analyze the cross selling strategy and its barriers to increasing users of brizzi products at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Bandar Jaya Branch Office. The qualitative variables in this study are categorized as BRI employees who are directly involved in the cross selling cards Brizzi. The research design used is descriptive qualitative with the type of field research (field research). Using data collection techniques field observations, interviews, documentation and literature. The selection of subjects in this study was carried out using purposive to obtain information from 7 informants consisting of BRI employees and customers. The data obtained were then analyzed by doing data reduction, triangulation, data presentation, then drawing conclusions. The results of the analysis show that doing cross selling to increase customers for Brizzi is a good thing for BRI to do, as evidenced by the significant increase in the number of customers using Brizzi , cross selling is done by offering offers at various events in the community. Among the obstacles that arise are customers who are less communicative and less interested, as well as some people who do not understand technology.

**Keywords:** **Bank Rakyat Indonesia, Cross Selling, Brizzi Card**