

## ABSTRAK

PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan adalah lembaga keuangan yang memiliki berbagai produk baik dalam menghimpun dana maupun produk jasa. Salah satunya adalah produk tabungan britama dan produk ini merupakan produk unggulan yang terdapat di PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan, tetapi peneliti melihat dari data yang ada bahwa jumlah posisi tabungan mengalami fluktuasi dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan dalam meningkatkan jumlah nasabah melalui produk Tabungan Britama. Metode pengumpulan data data ini menggunakan metode wawancara, partisipan yang digunakan adalah *funding officer* dan tenaga pemasaran lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan. Adapun strategi marketing *funding* yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Britama pada bank tersebut adalah dengan melakukan strategi-strategi berikut ini: sudah membuat produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, harga yang ditawarkan untuk setiap produknya tidak mahal, sudah melakukan promosi baik penyebaran brosur, *personal selling*, grebeg pasar, pameran (*opentable*), *payroll* dan lain-lain.

Kata kunci : Strategi, Jumlah Nasabah, Produk Tabungan Britama, BRI Surabaya Pahlawan

*ABSTRACT*

*PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Surabaya Pahlawan is a financial institution that has a variety of products, both in raising funds and service products. One of them is the Britama savings product and this product is a superior product found at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Surabaya Pahlawan, but researchers see from the available data that the number of savings positions fluctuated and did not experience a significant increase. The purpose of this research is to find out what marketing strategy is done by PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Surabaya Hero in increasing the number of customers through the Britama Savings product. This data collection method uses the interview method, the participants used are funding officers and other marketing personnel. This study uses a qualitative approach with a descriptive approach. The location of this research was carried out at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Surabaya Pahlawan. As for the marketing funding strategy carried out by PT. Bank Rakyat Indoneisa (Pesero) Tbk KC Surabaya Pahlawan in order to increase the number of Britama Savings customers at the bank is to carry out the following strategies: have created savings products that suit customer needs, the prices offered for each product are not expensive, have made promotions such as distribution of brochures, personal selling, market grabs, exhibitions (opentable), payroll and others.*

*Keywords: Strategy, Number of Customers, Britama Savings Products, BRI Surabaya Pahlawan*