

ABSTRAK

Mifisa Herlidiya, 2018. *Upaya Promosi Uang Elektronik Brizzi oleh Bank BRI Kanca Marabahan*. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Fitriana Syarqawie, MHI. (II) Erissa Nilasari, SP., MP.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh upaya pemerintah sekarang ini sedang menggalakkan penggunaan uang elektronik (*e-money*). Terhadap hal tersebut, Bank BRI melalui Bank BRI Kanca Marabahan telah melakukan berbagai upaya promosi uang elektronik Brizzi dengan kepada para nasabahnya dan masyarakat umum di tengah persaingan dengan bank lainnya yang juga mempromosikan uang elektronik (*e-money*), dan disertai berbagai faktor penghambatnya di lapangan yang mesti diatasi.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui upaya promosi uang elektronik Brizzi oleh Bank BRI Kanca Marabahan, dan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kendala dalam upaya promosi uang elektronik Brizzi oleh Bank BRI Kanca Marabahan dan cara mengatasi kendala tersebut.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Untuk menggali datanya dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Hasilnya diolah dengan teknik editing dan intepretasi kemudian dianalisis secara kualitatif berdasarkan ekonomi Islam dan ditarik kesimpulannya.

Dari hasil penelitian diperoleh upaya promosi uang elektronik Brizzi pada Bank BRI Kanca Marabahan, adalah: (a) Melakukan Promosi (*promotion*), (b) Melakukan periklanan (*advertising*), (c) Promosi Penjualan(*sales promotion*), (d) Penjualan Pribadi(*personal selling*), dan (e) Melakukan Publisitas (*publicity*). Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam upaya promosi uang elektronik Brizzi pada Bank BRI Kanca Marabahan, adalah: (a) kehadiran bank lainnya yang juga memasarkan uang elektronik (*electronic money*), (b) terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap uang elektronik brizzi, dan (c) terbatasnya dana dalam melakukan kegiatan promosi.

Dari hasil analisis, bahwa upaya promosi uang elektronik brizzi pada Bank BRI Kanca Marabahan telah dijalankan dengan berbagai upaya promosi maksimal dalam memperoleh nasabah penggunaanya dengan menjalankan prinsip-prinsip pemasaran yang baik, dan tindakan demikian mencerminkan usaha bank untuk menjalankan fungsinya menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan memberikan pelayanan jasa bank (*service*). Pihak bank juga telah memaksimalkan upaya promosi melalui publisitas. Meskipun ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi, namun tenaga *marketing* (pemasaran) telah secara maksimal berusaha menjalankan strategi bisnisnya, yaitu melihat *segmentasi* pasar dengan upaya yang kreatif, *targeting* yang mampu dicapai, mampu melaksanakan *positioning* sebagai perbankan yang baik, memberikan *service* maksimal, agar masyarakat luas lebih *aware*, dan sedikit-demi sedikit faktor-faktor yang menjadi penghambat dapat dikurangi bahkan dihilangkan.