

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MEMASARKAN
PRODUK DANA PENSIUN LEMBAGA KEUANGAN
(DPLK) BNI SIMPONI PADA BANK BNI**



Cynthia Lorosae Gang

1840630008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
FAKULTAS VOKASI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2021

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MEMASARKAN
PRODUK DANA PENSIUN LEMBAGA KEUANGAN (DPLK)
BNI SIMPONI PADA BANK BNI**



Karya Tulis Ilmiah Akhir

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Pendidikan
Diploma Tiga pada Program Studi Perbankan dan Keuangan
Fakultas Vokasi UKI**

Cynthia Lorosae Gang

1840630008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
FAKULTAS VOKASI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2021



HALAMAN PRNYATAAN ORISINALITAS

Karya Tulis Ilmiah Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cynthia Lorosae Gang

NIM : 1840630008

Tanggal : 30 Juli 2021

Jakarta, 30 Juli 2021



Cynthia Lorosae Gang
1830630008



HALAMAN PERSETUJUAN

KTIA ini diajukan oleh :

Nama : Cynthia Lorosae Gang
NIM : 1840630008
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Judul KTIA : Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada Bank BNI.

Proposal Karya Tulis Ilmiah Akhir ini telah memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian sidang untuk memperoleh gelar Ahli Madya Bisnis (AM.d. Bns) pada Program Studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Vokasi, Universitas Kristen Indonesia, disetujui dan diuji pada hari Jumat, 30 Juli 2021

Pembimbing

Penguji I

Penguji II

Tan Teddy, S.E., M.M.

Fery Tobing, S.E., M.M.

Rataoelam P. Sianturi,
S.E., M.M., QIA., CFE.

NIP UKI: 160288

NIP UKI: 920701

NIP UKI: 160287

Mengetahui,

Dekan

Kaprodi,



Maksimus Bisa, S.K.M., Sst.Ft., M.Fis.
NIP UKI: 972438

Fery Tobing, S.E., M.M.
NIP UKI: 920701



HALAMAN PENGESAHAN

KTIA ini diajukan oleh:

Nama : Cynthia Lorosae Gang
NIM : 1840630008
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Judul KTIA : Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada Bank BNI.

Dosen Pembimbing

Tan Teddy, S.E., M.M.
NIP UKI: 160288

Ketua Program Studi

Fery Tobing, S.E., M.M
NIP UKI: 920701

Dekan Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia

Maksimus Bisa, S.K.M., Sst.Ft., M.Fis.
NIP UKI : 972438

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan anugerahnya sehingga saya dapat menyelesaikan KTIA ini. Penulis KTIA ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Akademik Ahli Madya Bisnis (AM.d Bns) di Program Studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan KTIA ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan KTIA ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Dr. Dhaniswara K. Harjono, S.H., M.B.A**, selaku rector Universitas Kristen Indonesia;
2. **Maksimusa Bisa, SSt.FT., S.K.M., M.Fis**, selaku Dekan Fakultas Vokasi;
3. **Fery Tobing, S.E.,M.M**, selaku Kepala Program Studi Perbankan dan Keuangan;
4. **Tan Teddy, SE, MM**, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan KTIA ini;
5. **Seluruh Bapak Ibu Dosen** Penulis, untuk ilmu pengetahuan dan semangat yang diberikan kepada penulis selama kuliah sampai penyelesaian KTIA ini;
6. **PT. BNI (Persero) Tbk. Jakarta Pusat** yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan wawancara kepada pegawainya dalam rangka pengumpulan data penulis;
7. **Divisi DPLK BNI** yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melakukan wawancara, mengumpulkan data dan memberikan bimbingan magang dalam **Unit Product Development**.
8. **Briyan Des Niger** yang telah membantu penulis dalam menyiapkan seluruh berkas yang diperlukan untuk magang.
9. **Keluarga besar** penulis, yang setiap hari mendoakan, selalu memastikan penulis dalam keadaan sehat dan memberi semangat kepada penulis;
10. **Teman – Teman angkatan 2018 Roma, Aya, Eva, Ka Dewi, Ka Dian, Delisna, Jo, Ka Okta, Ka Perada, Bang Suandro, Bang Steven, Devi,**

11. **Ka Alex** untuk semangat dan refrensi KTIA yang diberikan kepada penulis;
12. **Para Staf dan Karyawan** di Fakultas Vokasi dan Prodi Perbankan dan Keuangan yang selalu melayani penulis dalam mengurus administrasi guna kelancaran urusan kemahasiswaan terutama dalam penulisan KTIA ini;
13. **Seluruh Mahasiswa** Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia, khususnya Program Studi Perbankan dan Keuangan yang telah memberikan motivasi dan berbagi pengalaman kepada penulis baik dalam penulisan KTIA maupun dalam menjalankan kegiatan perkuliahan lainnya

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga KTIA ini membawa manfaat bafi pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Juli 2021



Penulis,

Cynthia Lorosae Gang

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cynthia Lorosae Gang
NIM : 1840630008
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Jenis Karya : Karya Tulis Ilmiah Akhir

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya tugas ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada Bank BNI.

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Kristen Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Juli 2021

Yang menyatakan



(Cynthia Lorosae Gang)

ABSTRAK

Nama : Cynthia Lorosae Gang
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Judul : Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada Bank BNI.
Pembimbing : Tan Teddy, SE, MM

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui strategi bauran promosi yang dijalankan seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan peseorangan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung terhadap peningkatan penjualan produk BNI Simponi selama 5 tahun (2016 – 2020) dan seberapa efektif strategi yang dijalankan dalam memperoleh dana kelola serta berapa besar peningkatan jumlah peserta produk BNI Simponi. DPLK BNI juga menjalankan pemasaran digital melalui media social seperti Instagram, Facebook dan Twitter, email marketing, otomatis pemasaran, priklanan digital dan pemasaran konten. Perkembangan bauran promosi yang dilakukan terhadap peningkatan peserta dan dana kelola mengalami peningkatan selama 3 tahun (2016, 2017, 2018) berturut-turut dimana meningkatnya jumlah peserta mempengaruhi peningkatan dana kelola juga sehingga hasil analisa pengaruhnya positif. Pada tahun 2019, jumlah peserta mengalami penurunan namun total dana yang dikelola mengalami peningkatan. Hal tersebut tidak mempengaruhi hasil analisa pengaruh yang positif karena hasil perkembangannya tidak seimbang. Pada tahun 2020, jumlah peserta dan total dana kelola DPLK BNI keduanya mengalami penurunan dari tahun-tahun sebelumnya sehingga analisa pengaruh perkembangan produk BNI Simponi negative. Melalui strategi bauran promosi yang dijalankan terhadap peningkatan peserta dan total dana kelola selama 5 tahun terakhir, menurut OJK DPLK BNI telah menjadi market leader nomor 1 di Indonesia dibandingkan industry DPLK lainnya seperti DPLK Manulife, DPLK BRI, DPLK AXA Mandiri, DPLK AIA dan DPLK lainnya. Hal ini menjadikan DPLK BNI merupakan sebuah industry dana pensiun yang terdepan dan terpercaya. DPLK BNI juga telah mencapai Visi nya yaitu menjadi Dana Pensiun Lembaga Keuangan terbaik di Indonesia dan Misi nya yaitu menyediakan solusi program pensiun, meningkatkan kesejahteraan di hari tua dan memberikan pelayanan prima bagi stakeholder.

Kata kunci: Bauran Promosi, Digital Marketing, Dana Pensiun.

ABSTRACT

Name : Cynthia Lorosae Gang
Study Program : Banking and Finance
Title : Promotional Mix Strategy in Marketing BNI Simponi Financial Institution Pension Fund Products (DPLK) at BNI Bank.
Advisor : Tan Teddy, SE, MM

This research aims to elaborate the following marketing mix are demonstrated with advertisement, sales promotion, private sale, public relations and direct marketing toward product sales development of BNI Simponi throughout five years (2016 - 2020), and measure how effective the increase sales strategy that were performed for achieving manage funds and participant numbers of BNI Simponi products. Furthermore, DPLK BNI also implements digital marketing methods such as Instagram, Facebook and Twitter, email marketing, automated marketing, digital advertising and content marketing. The marketing mix development is carried out by the increase of participants and managed funds for 3 years (2016, 2017, 2018) in a row where the growth number of participants affects managed funds as well so the results of the analysis would be positive. However, in 2019, participant numbers decrease but are not equal to managed funds numbers, yet it does not affect the results of a positive influence analysis due to the imbalance in development results. Whereas, in 2020, the participant numbers and managed funds of BNI DPLK both decreased compared to previous years, in which it was obtained that the effect of BNI Simponi product development was negative. Nonetheless, according to the OJK, DPLK BNI has become the number one market leader in Indonesia compared to other DPLK industries, such as DPLK Manulife, DPLK BRI, DPLK AXA Mandiri, DPLK AIA, etc. Thus, DPLK BNI has been well known to be a leader and trusted pension fund industry. DPLK BNI has also achieved its vision, which is to become the best Financial Institution Pension Fund in Indonesia and its mission is to provide pension program solutions, improve welfare in old age and provide excellent service to stakeholders.

Keywords: Promotional Mix, Digital Marketing, Pension Fund.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ORISINIL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PUBLIKASI KTIA	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Strategi	10
2.2 Strategi Bauran Promosi	10
2.2.1 Strategi Periklanan (Advertising)	12

2.2.2 Strategi Promosi Penjualan (Sales Promotion)	13
2.2.3 Strategi Penjualan Perseorangan (Personal Selling)	14
2.2.4 Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation and Publicity)	15
2.2.5 Strategi Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	16
2.3 Konsep dan Jenis Pemasaran Digital (E-Marketing)	16
2.3.1 Konsep Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Digital	18
2.3.2 Jenis Pemasaran Digital	
2.3.2.1 Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)	19
2.3.2.2 Pengoptimalan Mesin Telusur (Search Engine Optimization)	21
2.3.2.3 Pemasaran Mesin Telusur (Search Engine Marketing)	21
2.3.2.4 Email Marketing	22
2.3.2.5 Otomasi Pemasaran	23
2.3.2.6 Periklanan Digital	24
2.3.2.7 Pemasaran Konten	24
2.4 Dana Pensiun	25
2.4.1 Fungsi dari Program Dana Pensiun	27
2.4.2 Sejarah Dana Pensiun	27
2.4.3 Pentingnya Dana Pensiun	29

2.4.4 Konsep Pengelolaan Uang Dana Pensiun Dengan Program Pensiun Manfaat Pasti	30
2.4.5 Konsep pengelolaan uang dana pensiun dengan Program Pensiun Iuran Pasti	31

BAB III GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah PT. BNI (Persero) Tbk	32
3.1.1 Struktur Organisasi Bank BNI	34
3.1.2 Kegiatan Usaha PT. BNI (Persero) Tbk.	35
3.2 Sejarah DPLK PT. BNI (Persero) Tbk	36
3.2.1 Struktur Organisasi	39
3.2.2 Dasar Hukum & Ketentuan Dana Pensiun	40
3.2.3 Tata Kelola Dana Pensiun DPLK BNI	40
3.2.4 Produk dan Layanan DPLK BNI	41

BAB IV ANALISA DAN HASIL PEMBAHASA

4.1 Bauran Promosi DPLK BNI	45
4.1.1 Strategi Periklanan Produk BNI Simponi	45
4.1.2 Strategi Promosi Penjualan Produk BNI Simponi	48
4.1.3 Strategi Penjualan Perseorangan Produk BNI Simponi	49
4.1.4 Strategi Hubungan Masyarakat Produk BNI Simponi	52
4.1.5 Strategi Pemasaran Langsung Produk BNI Simponi	53
4.2 Konsep dan Jenis Pemasaran Digital DPLK BNI	

4.2.1 Strategi Pemasaran Media Sosial	
Produk BNI Simponi	53
4.2.2 Strategi Email Marketing Produk BNI Simponi .	55
4.2.3 Strategi Periklanan Digital Produk BNI Simponi .	56
4.2.4 Strategi Pemasaran Konten Produk BNI Simponi	57
4.3 Analisa Pertumbuhan dan Market Share Produk BNI Simponi	
4.3.1 Analisa tingkat Pertumbuhan Return Investasi	
Paket BNI Simponi	57
4.3.2 Analisa tingkat Pertumbuhan AUM	
Produk BNI Simponi	60
4.3.3 Analisa tingkat Pertumbuhan Peserta	
Produk BNI Simponi	61
4.3.4 Analisa tingkat Pertumbuhan Peserta terhadap AUM	
Produk BNI Simponi	63
4.3.5 Analisa Market Share Produk BNI Simponi	64
BAB V	PENUTUP
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	69
DAFTAR ISI	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Perusahaan DPLK BNI PT. BNI (Persero) Tbk	33
Tabel 4.1 Sponsorship Produk BNI Simponi	40
Tabel 4.2 Periklanan Produk BNI Simponi	41
Tabel 4.3 Kegiatan dalam memperkuat hubungan antar nasabah dengan DPLK BNI	45
Tabel 4.4 Media Sosial DPLK BNI	47
Tabel 4.5 Analisa Tingkat Pertumbuhan Return Investasi Produk BNI Simponi	51
Tabel 4.6 Analisa Pertumbuhan Dana Kelola / Asset Under Management (AUM)	53
Tabel 4.7 Analisa Pertumbuhan Peserta BNI Simponi	54
Tabel 4.8 Analisa Pertumbuhan Peserta Terhadap Total Dana AUM	56
Tabel 4.9 Market Share Industri DPLK	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Struktur Organisasi PT. BNI (Persero) Tbk	30
Gambar 3.2 : Struktur Organisasi DPLK BNI	34
Gambar 4.1 : Lampiran Sales Promotion melalui Email	43
Gambar 4.2 Website DPLK BNI	49
Gambar 4.3 Promotion DPLK BNI	50
Diagram Batang 4.1 Analisa Pertumbuhan Dana Kelola / Asset Under Management (AUM) dalam triliun Produk BNI Simponi	53
Diagram Chart 4.2 Analisa Pertumbuhan Peserta BNI Simponi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Brosur DPLK BNI	53
------------------------------------	----