

PERAN RM FUNDING & TRANSACTION DALAM KEBERHASILAN PENAWARAN PRODUK & LAYANAN PERBANKAN DI BRI KC SURABAYA - TANJUNG PERAK

Imaniar Dila Nur Pangestuti *¹
Siti Ning Farida ²

^{1,2} Program Studi Administasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*e-mail : 22042010033@student.upnjatim.ac.id ¹, siti_farida.adbis@upnjatim.ac.id ²

Abstrak

Bank Rakyat Indonesia (BRI) memainkan peran krusial dalam perekonomian nasional, khususnya melalui divisi Funding & Transaction yang bertugas mengelola dana dan transaksi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis divisi ini dalam menjaga stabilitas keuangan bank dan memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggali bagaimana divisi Funding & Transaction di BRI Surabaya – Tanjung Perak berkontribusi dalam pengumpulan dana dan pengelolaan transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Marketing Funding di BRI berperan sebagai ujung tombak dalam mengumpulkan dana melalui berbagai produk seperti tabungan, deposito, dan giro, serta mempromosikan layanan digital seperti BRImo dan Internet Banking. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab dalam mengelola risiko transaksi dan mengadopsi inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan. Strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, serta pengelolaan hubungan dengan nasabah menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan di industri perbankan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran RM Funding & Transaction sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan proaktif dalam merespon dinamika pasar.

Kata Kunci: Bank BRI, Funding & Transaction, Marketing, Produk Perbankan, Strategi Pemasaran, Inovasi Teknologi, Manajemen Risiko.

Abstract

Bank Rakyat Indonesia (BRI) plays a crucial role in the national economy, particularly through its Funding & Transaction division, which is responsible for managing funds and financial transactions. This study aims to analyze the strategic role of this division in maintaining the bank's financial stability and meeting customer needs. Using a descriptive qualitative approach, the research explores how the Funding & Transaction division at BRI Surabaya – Tanjung Perak contributes to fund collection and transaction management. The results show that Marketing Funding at BRI acts as a spearhead in gathering funds through various products such as savings, deposits, and current accounts, as well as promoting digital services like BRImo and Internet Banking. Additionally, this division is responsible for managing transaction risks and adopting technological innovations to improve service efficiency. Effective marketing strategies, product innovation, and relationship management with customers are key to success in facing competition in the banking industry. This study concludes that the role of RM Funding & Transaction is vital in creating sustainable business growth and provides recommendations for the development of more innovative and proactive marketing strategies in responding to market dynamics.

Keywords: Bank BRI, Funding & Transaction, Marketing, Banking Products, Marketing Strategy, Technological Innovation, Risk Management.

PENDAHULUAN

Bank BRI memiliki kedudukan penting dalam kehidupan masyarakat. Sebagai salah satu jenis lembaga keuangan, Bank BRI berfungsi untuk menghimpun atau mengumpulkan dana dari masyarakat, kemudian dikelola dan disalurkan kembali agar perputaran ekonomi negara dapat stabil.

Saat ini, ada banyak jenis layanan perbankan di Indonesia. Setiap bank berupaya untuk mengunggulkan dan menciptakan produk perbankan, sehingga keanekaragaman inovasi

menjadikan persaingan secara ketat. Persaingan antar Bank tidak bisa dihindari, masing masing bank berlomba lomba menciptakan inovasi dan meningkatkan pemasaran.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan baik yang bergerak dalam bidang jasa atau barang. Bisnis Perbankan akan sulit berkembang apabila marketing tidak handal. Strategi pemasaran harus dirancang dengan kreatif, inovatif dan akurat agar dapat mengidentifikasi kebutuhan calon nasabah secara tepat sehingga nasabah dapat bertahan dan berminat pada produk yang ditawarkan.

Sebagai marketing perbankan, RM Funding harus dapat mengidentifikasi keseluruhan kegiatan, dimulai dari informasi produk yang tentang kelebihan, fitur, dan informasi detail produk. Tanpa adanya Marketing Funding, Bank akan sulit untuk memperoleh hasil penjualan secara maksimal. Bisnis Perbankan juga akan sulit berkembang apabila marketing tidak handal. Pemasaran berperan penting dalam pertumbuhan usaha jangka waktu panjang.

Oleh karenanya, RM Funding harus melaksanakan pemasaran secara akurat dari perencanaan dan pelaksanaan penetapan harga, promosi, distribusi dari gagasan, produk ataupun jasa, untuk menciptakan pertukaran kepuasan antara individu dan tujuan perusahaan. Strategi pemasaran akan memberikan gambaran dan peluang dalam mencapai target pasar.

Untuk menunjang hal tersebut, maka perlu adanya pengembangan pengetahuan dan keterampilan untuk melaksanakan tugas dengan baik, karena kinerja pegawai merupakan kontribusi yang sangat penting bagi tercapainya tujuan organisasi.

LANDASAN TEORI

1. Definisi Bank

Bank adalah sumber kehidupan ekonomi setiap negara. Roda perekonomian secara tidak langsung digerakkan oleh Bank. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menerima simpanan giro, deposito (Sinungan 1993). Bank juga dikenal sebagai tempat penukaran uang dan menerima berbagai bentuk pembayaran serta setor tunai (Rachman, dkk. 2019) dalam Siregar (2021).

Bank didefinisikan sebagai institusi keuangan yang bertujuan untuk menciptakan likuiditas bagi perekonomian dengan cara menerima simpanan dari masyarakat dan memberikan pinjaman kepada individu maupun bisnis (Iqbal, Munirul & Molyneux, Philip 2020). Produk yang ditawarkan perbankan sebenarnya hampir semuanya sama, baik dari kegiatan funding (pembiayaan) maupun sisi lending (pinjaman), yang membedakan hanyalah dalam hal pelayanannya.

Tugas Bank adalah menghimpun/mengumpulkan dana, kemudian dana tersebut diputar dan dikelola pada layanan jasa pinjaman. Sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, marketing bank berperan penting untuk menghasilkan dana untuk keberlangsungan bisnis jangka panjang. Kegiatan layanan keuangan dapat berjalan dengan adanya pemasukan kas dana.

2. Peran RM Funding & Transaction

Marketing Funding dalam Bank BRI bertugas sebagai marketing yakni menghimpun/mengumpulkan transaksi dana dari nasabah. Funding merujuk pada aktivitas mendapatkan dana guna membiayai kebutuhan operasional, investasi dan pertumbuhan jangka panjang usaha (Fahmi, Irham 2020).

Berikut tugas utama Marketing Funding mencakup:

1. Penghimpunan Dana: Mengelola produk simpanan seperti tabungan, deposito, dan giro. BRI menawarkan berbagai jenis tabungan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, mulai dari individu hingga korporasi.
2. Pengembangan Produk: Mengembangkan produk-produk baru yang kompetitif untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan dana pihak ketiga (DPK). Produk-produk ini dirancang untuk memberikan manfaat maksimal bagi nasabah, seperti bunga yang menarik dan fitur-fitur digital yang memudahkan transaksi.
3. Strategi Pemasaran: Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik lebih banyak simpanan dari masyarakat. Ini melibatkan kampanye promosi, edukasi keuangan, dan penawaran program loyalitas.

Sedangkan Transaction bertanggung jawab atas pengelolaan transaksi keuangan yang dilakukan oleh nasabah, baik individu maupun korporasi. Tugas ini mencakup:

1. **Pengelolaan Transaksi Harian:** Memastikan bahwa semua transaksi harian, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, dan transaksi digital, berjalan dengan lancar dan aman. BRI telah mengembangkan berbagai layanan digital, seperti BRI Mobile dan internet banking, untuk memfasilitasi transaksi yang cepat dan efisien.
2. **Inovasi Teknologi:** Mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan transaksi. Divisi ini terus memperbarui sistem perbankan untuk memastikan bahwa nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah, kapan saja dan di mana saja.
3. **Pengelolaan Risiko:** Mengelola risiko terkait transaksi keuangan, termasuk risiko operasional dan keamanan data. Divisi ini bekerja sama dengan tim keamanan siber untuk mencegah dan menangani potensi ancaman terhadap transaksi nasabah.

3. Macam-Macam Produk Dan Layanan Funding & Transaction

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia yang menawarkan beragam produk dan layanan perbankan untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat dan menghimpun dana dari masyarakat. Produk dan layanan *Funding* (pendanaan) ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial berbagai kalangan, mulai dari individu hingga pelaku bisnis. Berikut adalah beberapa produk dan layanan funding:

1. **Tabungan.**
BRI menyediakan berbagai jenis tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Tabungan BritAma misalnya, menawarkan fasilitas lengkap dengan fitur *e-banking* dan asuransi kecelakaan. Bagi masyarakat pedesaan, Tabungan Simpedes menjadi pilihan dengan setoran awal yang terjangkau. Selain itu, ada juga Tabungan Haji untuk mempersiapkan biaya ibadah haji, Tabungan Junio untuk anak-anak, dan Tabungan BRI Simple yang ditujukan bagi pelajar.
2. **Deposito**
Untuk nasabah yang ingin menginvestasikan dananya, BRI menyediakan Deposito Berjangka dengan bunga kompetitif. Deposito ini memberikan pilihan berjangka waktu tertentu, sehingga nasabah bisa merencanakan keuangan dengan lebih baik.
3. **Giro**
Giro BRI merupakan produk yang ideal untuk kebutuhan transaksi bisnis, baik untuk perorangan maupun perusahaan. Nasabah dapat menikmati kemudahan penarikan dana melalui cek atau bilyet giro. BRI juga menawarkan Giro Valas untuk kebutuhan transaksi dalam mata uang asing, memberikan kemudahan bagi nasabah yang sering melakukan transaksi internasional.
4. **Tabungan Valas**
Bagi nasabah yang memiliki tabungan dalam mata uang asing, BRI menyediakan Tabungan BritAma Valas. Produk ini memungkinkan nasabah untuk menabung dalam berbagai mata uang asing seperti USD, EUR, dan SGD. Tabungan ini cocok bagi mereka yang sering bertransaksi internasional atau ingin melindungi nilai tukar uang mereka.
5. **Layanan Perbankan Digital**
BRI menghadirkan layanan perbankan digital yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Aplikasi BRI Mobile (BRImo) dan *Internet Banking* BRI memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara online, seperti transfer, pembayaran tagihan, hingga pembelian produk. SMS Banking BRI juga tersedia untuk kemudahan transaksi melalui SMS.
6. **Layanan Perbankan Bisnis**
BRI menawarkan solusi finansial bagi dunia usaha melalui *Cash Management System* (CMS) untuk pengelolaan keuangan perusahaan, serta BRI *Virtual Account* yang memudahkan pembayaran melalui nomor rekening virtual. BRI juga menyediakan layanan *Trade Finance* yang mendukung perdagangan internasional.
7. **Layanan E-Banking**

BRI memudahkan transaksi keuangan melalui jaringan ATM, EDC dan QRIS yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Fasilitas ini memungkinkan nasabah untuk melakukan non-tunai dengan mudah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:213), metode penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi yang digunakan untuk menyelidiki kondisi ilmiah (eksperimen) di mana peneliti berperan sebagai instrumen. Teknik pengumpulan data dan analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif, tahap awal penelitian melibatkan pengumpulan berbagai sumber literatur, seperti buku, jurnal, artikel, dan dokumen terkait topik penelitian. Selanjutnya, peneliti menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi tema, pola, dan karakteristik yang muncul guna mengorganisir dan memahami data yang dikumpulkan dari studi primer. Peneliti mencatat, mengkategorikan informasi yang relevan, serta mengidentifikasi tren atau pola yang muncul dan menyajikan temuan secara akurat.

Sumber data yang didapat berupa data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara peneliti melakukan wawancara dan observasi secara langsung pada Bank BRI Surabaya – Tanjung Perak. Penulis mendapatkan wawasan mengenai dunia perbankan khususnya Funding & Transaction. Pengumpulan data ini dilakukan melalui observasi atau mengamati secara langsung bagaimana kegiatan bisnis perbankan berjalan. Untuk memperkuat data, penulis juga mengutip beberapa data dari literatur jurnal maupun buku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank terbesar di Indonesia yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama di sektor mikro, kecil, dan menengah. Salah satu divisi utama dalam BRI adalah Funding and Transaction, yang berfokus pada pengelolaan dana dan transaksi keuangan. Divisi ini berperan strategis dalam menjaga stabilitas keuangan bank dan mendukung kebutuhan nasabah.

Divisi Funding and Transaction di Bank BRI KC – Surabaya Tanjung Perak memegang peranan penting dalam memastikan ketersediaan dana dan kelancaran transaksi keuangan. Dengan tugas utama mengelola dana nasabah dan memfasilitasi berbagai jenis transaksi, divisi ini mendukung stabilitas keuangan bank serta memberikan layanan yang optimal kepada nasabah. Inovasi dan pengelolaan risiko yang efektif menjadi kunci keberhasilan BRI dalam menghadapi tantangan di era digital.

Marketing Funding (pendanaan) bertugas mempromosikan, menawarkan serta menghimpun dana dari calon nasabah. Dalam perbankan, marketing funding akan diberikan target untuk mendapatkan prospek calon nasabah sebanyak banyaknya. Marketing Funding harus meyakinkan nasabah agar dapat menyimpan dana dan membeli produk/layanan perbankan. Adapun dana yang diperoleh dapat melalui produk perbankan seperti simpanan tabungan, simpanan giro, hingga simpanan deposito. Selain itu, Marketing Funding juga menawarkan layanan berupa EDC, QRIS, QLOLA (CMS & IBIZ), hingga aktivasi BRIMO. Pada dasarnya, Marketing Funding berfungsi untuk mendapatkan dana sebanyak-banyaknya. Adapun, dana yang dihasilkan dari nasabah akan disimpan di Bank dan nantinya akan dikelola dan disalurkan keluar ke berbagai macam produk pinjaman perbankan.

Saat ini, persaingan bisnis perbankan sangatlah ketat dan semakin banyak ditemui layanan perbankan dengan pengawasan OJK maupun tidak. Berkaitan dengan hal tersebut, RM Funding diharapkan mampu bersaing dengan kompetitor yang juga menawarkan produk dan layanan jasa yang sejenis. Oleh karenanya, seorang marketing harus memiliki kemampuan yang handal dalam mempromosikan produk/jasa, penawaran kerjasama, dan negosiasi. Marketing Funding harus dapat mencapai target yang ditentukan perusahaan agar dapat mencapai standar laba dan tidak merugi.

Di era perbankan yang semakin maju, kepuasan dan loyalitas nasabah menjadi dua faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bank dalam menawarkan produk dan

layanan. Dalam konteks RM Funding & Transaction di BRI KC Surabaya - Tanjung Perak, peran Relationship Manager (RM) menjadi kunci utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dengan adanya teknologi terkini dan penerapan sistem digital yang semakin berkembang, bank dapat meningkatkan pengalaman nasabah serta memperkuat loyalitas mereka:

a). Pengaruh Teknologi Terkini dalam Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara bank beroperasi dan berinteraksi dengan nasabah. Teknologi terkini, seperti aplikasi perbankan mobile, sistem pembayaran digital, dan analitik data, tidak hanya meningkatkan efisiensi internal bank tetapi juga memperkaya pengalaman nasabah. Dengan adanya teknologi ini, nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja, memberikan mereka kenyamanan dan fleksibilitas yang lebih besar.

Di BRI KC Surabaya - Tanjung Perak, penerapan teknologi terkini dalam pengelolaan RM Funding & Transaction telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, melalui aplikasi mobile banking, nasabah dapat dengan mudah memantau saldo, melakukan transfer, atau membeli produk investasi tanpa harus datang ke cabang fisik. Ini meningkatkan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu, penggunaan Customer Relationship Management (CRM) yang berbasis teknologi memungkinkan RM untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi nasabah. Data yang diperoleh dari interaksi sebelumnya dapat dianalisis untuk memberikan penawaran yang lebih tepat dan personal, menciptakan pengalaman yang lebih relevan bagi nasabah. Dengan begitu, RM dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang cross-selling atau up-selling, yang juga berperan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Teknologi terkini juga memungkinkan bank untuk menawarkan berbagai produk yang lebih inovatif, seperti pinjaman berbasis digital atau produk investasi dengan bunga kompetitif. Produk-produk semacam ini tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka.

b). Penerapan Sistem Digital dalam RM Funding & Transaction

Sistem digital telah menjadi aspek krusial dalam pengelolaan RM Funding & Transaction, karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam berbagai aspek operasional bank. Di BRI KC Surabaya - Tanjung Perak, penerapan sistem digital memungkinkan RM untuk memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan personal.

Salah satu penerapan sistem digital yang paling penting adalah otomatisasi dalam proses transaksi. RM yang sebelumnya harus mengisi form manual atau memverifikasi setiap transaksi secara manual kini dapat memanfaatkan sistem digital untuk mempercepat proses tersebut. Selain itu, dengan adanya platform digital perbankan, RM dapat mengakses data nasabah secara real-time, memberikan mereka wawasan yang lebih baik mengenai kebutuhan dan perilaku transaksi nasabah. Hal ini memungkinkan RM untuk merespons dengan cepat dan memberikan rekomendasi produk yang lebih tepat sesuai dengan situasi keuangan nasabah.

Penerapan sistem digital juga mencakup platform komunikasi berbasis digital yang mempermudah RM dalam berinteraksi dengan nasabah. Misalnya, bank dapat menggunakan aplikasi berbasis pesan untuk berkomunikasi langsung dengan nasabah, menjawab pertanyaan, atau menawarkan produk baru. Komunikasi yang lebih cepat dan efisien ini sangat penting dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah.

Selain itu, sistem digital memberikan aksesibilitas yang lebih besar bagi nasabah. Dengan mengadopsi sistem seperti mobile banking dan internet banking, nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja, yang meningkatkan kenyamanan mereka. Hal ini juga mendorong nasabah untuk lebih aktif dalam menggunakan produk dan layanan bank, meningkatkan peluang bagi RM untuk menawarkan produk tambahan yang relevan.

Kepuasan dan loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh peran Relationship Manager (RM) dalam mengelola layanan Funding & Transaction. RM yang terlatih dengan baik, berkompeten, dan menggunakan teknologi terkini dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada

nasabah. Teknologi tidak hanya mempercepat proses transaksi tetapi juga memungkinkan bank untuk menawarkan produk yang lebih inovatif dan relevan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Penerapan sistem digital dalam perbankan telah memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan di BRI KC Surabaya - Tanjung Perak. Dengan memanfaatkan teknologi, bank dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi dan memberikan layanan yang memadai akan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan jangka panjang.

1. Peran RM Funding & Transaction

RM funding berperan untuk keberlangsungan jangka panjang perusahaan perbankan. RM Funding bertanggung jawab sebagai salah satu tombak kesuksesan dalam menghasilkan dana untuk diputar kedalam aktivitas lain yang menguntungkan. Tanggung jawab utama RM Funding:

- a. Menjalankan proses penjualan produk Retail Funding & Transaction kepada calon nasabah atau nasabah *existing* baik berupa kunjungan maupun melalui telepon guna penambahan nasabah *Retail Funding & Transaction* baru di Kantor Cabang. Kunjungan dapat dilakukan secara formal maupun informal seperti melakukan perjanjian makan siang dan mengadakan kegiatan *Fun Run*. Kegiatan kunjungan perlu dilaksanakan agar terjalin hubungan baik dengan nasabah.
- b. Memproses pengajuan berkas administrasi nasabah produk Retail Funding & Transaction dengan mengacu pada prosedur yang berlaku, guna mendukung pertumbuhan pencapaian bisnis Retail Funding & Transaction di Kantor Cabang.
- c. Membina relasi dan memberikan pelayanan yang baik dengan nasabah produk Retail Funding & Transaction dibawah tanggung jawabnya untuk menjaga *customer loyalty* dan membuka peluang mendapatkan referensi calon nasabah. Contohnya RM Funding Tanjung Perak menjalin kerjasama dengan PELINDO, PT Cahaya Pagi Berlian, PT Tanto Karya Utama, PT Amanah Amarta dan lainnya dalam pembukaan payroll rekening, deposito, giro dan lainnya. Dalam layanan EDC dan QRIS terpasang pada beberapa toko terkenal seperti superindo, informa, holland bakery dll. dimana dalam periode tertentu akan ada diskon dan potongan harga. Ini merupakan salah satu strategi untuk menarik minat masyarakat dalam membuka rekening BRI.
- d. Mencatat setiap aktivitas pencapaian target bisnis Retail Funding & Transaction yang dijalankannya pada sistem dan prosedur yang berlaku, guna mendukung pencapaian dan pertumbuhan bisnis Retail Funding & Transaction di Kantor Cabang. Kegiatan administrasi berperan penting untuk menjadi tolak ukur keberhasilan RM Funding dalam mempromosikan dan mendapatkan pelanggan.

2. Faktor Keberhasilan Peningkatan Penawaran Produk/Jasa Perbankan.

Sebagai marketing Perbankan, Relationship Manager (RM) Funding & Transaction, terdapat beberapa faktor Marketing Funding yang dapat dijalankan untuk meningkatkan penawaran produk/jasa perbankan:

- a. Pentingnya memahami produk/jasa yang ditawarkan dan target pasar yang dituju. Marketing Funding bertugas meningkatkan penawaran volume penjualan. Contohnya, BRI KC Tanjung Perak saat ini bekerja sama dengan PT Pelindo. Maka dari itu, *Marketing Funding* dapat melakukan kerjasama seperti ACS dan Payroll pada perusahaan-perusahaan dibawah naungan Pelindo. Adapun, di era digitalisasi saat ini memiliki potensi untuk memasarkan produk digital seperti *e-money, QRIS, EDC*. Marketing Funding dapat menawarkan layanan keuangan digital sebagai solusi dompet digital.
- b. Pentingnya membangun kemitraan yang kuat. Marketing Funding menjalin kerjasama dengan perusahaan, instansi dan pihak-pihak terkait lainnya. Contoh mitra BRI KC Tanjung Perak adalah PT Pelindo, PT Tanto Karya

- Utama, PT Cahaya Pagi Berlian, KODIKLATAL dan lainnya. Mitra tersebut mempercayakan layanan keuangan pada BRI.
- c. **Loyalitas Nasabah dan Program Reward.**
Memperkenalkan program loyalitas yang memberikan insentif bagi nasabah yang aktif menggunakan layanan produk atau melakukan transaksi secara reguler. Hal ini akan membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.
 - d. **Strategi pemasaran yang kreatif dan berinovasi.**
Saat ini, semakin banyak ditemui layanan keuangan/bank di Indonesia yang juga menawarkan produk dan jasa layanan yang hampir serupa. Faktor inilah yang menjadikan persaingan antar bank semakin ketat. Dibutuhkan strategi yang kreatif dan terus berinovasi untuk bisa mendapatkan perhatian dan antusias nasabah dan calon nasabah. RM Funding juga melakukan penawaran salah satunya dengan mengadakan *Fun Run* setiap bulan sekali sehingga penawaran produk dapat nyaman dan kekeluargaan.
 - e. **Pentingnya pengarsipan data nasabah.**
Arsip data dapat digunakan untuk penawaran produk kepada nasabah yang potensial. Ini adalah cara efektif untuk meningkatkan hubungan kerjasama kedepannya.
 - f. **Melakukan *Canvassing (Door to Door)* di lingkungan sekitar kantor.**
Canvassing merupakan aktivitas sales yang memberikan peluang menghasilkan uang, dalam hukum propabilitas semakin kita sering melakukan *canvassing* akan semakin banyak terjadinya komunikasi dan akan meningkatkan kemungkinan untuk terjadinya penjualan. Dari sekian banyak hubungan komunikasi pelanggan, maka kegiatan kunjungan merupakan kegiatan *canvassing* yang paling memungkinkan terjadinya penjualan lebih cepat, karena hubungan komunikasi dengan bertemu langsung akan memberikan peluang melakukan persuasif lebih efektif.
 - g. **Memberikan pelayanan secara maksimal pada nasabah, meliputi :**
 - a). **Handling Complaint** Handling Complaint adalah cara perusahaan menangani keluhan pelanggan yang masuk. Komplain maupun kritik dari pelanggan bisa membantu perusahaan atau brand meningkatkan kualitas serta menyesuaikannya dengan kebutuhan target pasar. Selain itu, ketika perusahaan menanggapi keluhan dengan baik, pelanggan merasa didengarkan dan dihargai. Tidak jarang ini menjadi menjadi alasan mereka tetap memilih produk BRI. Tujuan handling complaint adalah memberikan kesempatan bagi perusahaan mengidentifikasi dan memperbaiki ketidaknyamanan tersebut. Apabila BRI berhasil menangani komplain dengan bijak maka hubungan dengan nasabah bisa tetap bertahan. Sebaliknya, jika perusahaan terus mengabaikan kritik yang datang, pelanggan bisa beralih ke produk atau layanan kompetitor yang memberikan pelayanan lebih baik.
 - b). **Customer Journey Mapping.** Lakukan pemetaan perjalanan nasabah (customer journey) untuk mengidentifikasi setiap titik interaksi yang dapat ditingkatkan, baik dalam proses transaksi maupun dalam hal pelayanan. Dengan memahami titik-titik kritis dalam perjalanan nasabah, RM dapat memberikan pengalaman yang lebih baik.
 - c). **Memberikan produk-produk layanan sesuai kebutuhan masyarakat.**
 - d). **Menjadikan Marketing Funding sebagai financial advisor bagi nasabah.** Financial advisor berperan memberikan nasihat dan solusi terhadap perencanaan serta permasalahan keuangan untuk individu maupun perusahaan. Di mana perkembangan teknologi keuangan sudah semakin canggih, perputaran uang di Indonesia juga pun semakin cepat. Dari transaksi ekonomi tersebut, tersimpan risiko besar yang dapat membuat kondisi finansial individu mengalami penurunan sehingga terkadang banyak nasabah juga perlu peran seorang financial advisor ini
 - h. ***Controlling* dan Report** kineja.
Controlling atau pengawasan merupakan suatu kegiatan untuk mencocokkan apakah kegiatan operasional di lapangan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dalam mencapai tujuan dari tim marketing funding dan Report yang berarti seluruh staff harus melaporkan kinerja mingguannya, pencapaian targetnya sudah sejauh mana

yang dicapai ataupun yang belum tercapai dan ditelusuri apa kendalanya dan mendiskusikan bersama solusinya melalui rapat berkala.

3. Solusi Dalam Meningkatkan Keberhasilan Peningkatan Penawaran Produk/Jasa Perbankan.

Adapun, beberapa masukan bagi RM Funding sebagai marketing perbankan agar dapat meningkatkan volume penjualan. RM Funding & Transaction berperan penting dalam keberhasilan penawaran produk & layanan perbankan. Berikut, sarannya antara lain:

- a. Pengelolaan dan Pengembangan RM
 - Penempatan RM Berdasarkan Kemampuan dan Profil Nasabah.
Pastikan RM ditempatkan sesuai dengan keahlian dan kemampuan mereka, serta disesuaikan dengan karakteristik nasabah yang mereka tangani. Misalnya, RM yang berfokus pada funding dapat ditempatkan di segmen nasabah yang lebih banyak membutuhkan produk deposito, sementara RM yang berfokus pada transaksi dapat bekerja dengan nasabah yang lebih sering melakukan aktivitas perbankan digital.
 - Penyusunan Tujuan yang Jelas dan Terukur.
Tentukan KPI (Key Performance Indicators) yang jelas untuk RM dalam hal funding dan transaksi. KPI ini harus mencakup target yang realistis namun menantang, seperti jumlah nasabah baru, volume transaksi, atau tingkat pertumbuhan DPK.
 - Peningkatan Kolaborasi Tim.
Meningkatkan kerjasama tim antara RM Funding satu sama lain, salah satunya dengan tukar wawasan, menggali potensial calon nasabah bersama dll. Kegiatan ini akan meningkatkan bonding tim sehingga RM Funding akan semakin kompak dan berintegrasi untuk menghasilkan profit yang tinggi.
- b. Pelatihan dan Pengembangan
 - Pelatihan Produk dan Layanan Perbankan yang Berkelanjutan.
Berikan pelatihan berkala terkait produk dan layanan terbaru di perbankan, termasuk produk investasi, pinjaman, dan layanan digital. RM yang memiliki pemahaman yang kuat tentang produk akan lebih percaya diri dalam menawarkan solusi yang sesuai kepada nasabah.
 - Pelatihan Soft Skills.
Selain keterampilan teknis, penting untuk memberikan pelatihan soft skills, seperti komunikasi yang efektif, negosiasi, dan membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. RM yang memiliki kemampuan interpersonal yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah dan loyalitas.
 - Pelatihan Teknologi Perbankan Digital.
Seiring dengan perkembangan teknologi, RM harus menguasai penggunaan platform digital bank untuk menawarkan produk dan layanan secara efisien. Pelatihan tentang aplikasi mobile banking, internet banking, dan sistem transaksi digital akan sangat membantu RM dalam meningkatkan produktivitas dan layanan kepada nasabah. RM Funding juga dapat meningkatkan kegiatan pemasaran dan promosi melalui media sosial, situs web perusahaan dan berbagai pameran. Hal ini akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keunggulan produk dan jasa yang dimiliki BRI.
- c. Insentif dan Penghargaan
 - Insentif Berdasarkan Kinerja.
Implementasikan sistem insentif yang jelas berdasarkan pencapaian target, seperti bonus tahunan atau penghargaan khusus untuk RM yang berhasil mencapai atau melebihi target yang ditetapkan. Hal ini dapat memotivasi RM untuk bekerja lebih keras dalam mencapai keberhasilan penawaran produk.
 - Penghargaan Non-Materi.

Selain insentif finansial, penghargaan non-materi seperti pengakuan publik, sertifikat, atau penghargaan dalam acara internal bank dapat memberikan motivasi tambahan bagi RM untuk terus berprestasi.

- Program Pengembangan Karir.
Tawarkan jalur karir yang jelas bagi RM yang menunjukkan kinerja luar biasa. Hal ini akan memberikan RM rasa percaya diri dan loyalitas terhadap bank, serta mendorong mereka untuk terus berkembang.
- d. Dukungan yang Diperlukan
 - Dukungan Teknologi dan Infrastruktur.
Pastikan RM memiliki akses yang cukup terhadap teknologi dan sistem yang diperlukan untuk melakukan tugas mereka dengan efisien. Platform digital yang mudah digunakan dan sistem transaksi yang andal akan membantu RM dalam melakukan pekerjaan mereka lebih cepat dan lebih akurat.
 - Bantuan dari Pihak Manajemen.
Manajemen harus secara aktif mendukung RM dengan memberikan pengarahan yang jelas dan mendengarkan tantangan yang mereka hadapi dalam penawaran produk. Regular meeting dengan manajemen untuk mengevaluasi pencapaian dan mengatasi kendala dapat mempercepat pencapaian tujuan.
 - Peningkatan Komunikasi Antar Tim.
Dorong komunikasi yang lebih terbuka antara tim RM dengan divisi lain, seperti tim pemasaran, risiko, atau operasional. Dengan demikian, RM akan mendapatkan dukungan yang lebih baik dalam menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
 - Pemantauan dan Umpan Balik Berkala.
Berikan umpan balik secara teratur kepada RM mengenai kinerja mereka. Melalui evaluasi berkala, RM dapat mengetahui area yang perlu diperbaiki dan memperoleh wawasan tentang bagaimana cara meningkatkan kinerja mereka.
- e. Kesejahteraan dan Kepuasan RM
 - Program Kesejahteraan.
Selain fokus pada target dan insentif, penting untuk memperhatikan kesejahteraan fisik dan mental RM. Program kesejahteraan seperti fleksibilitas waktu kerja, fasilitas kesehatan, atau dukungan psikologis dapat meningkatkan kepuasan kerja dan produktivitas RM.
 - Menciptakan Lingkungan Kerja Positif.
Ciptakan budaya kerja yang mendukung kolaborasi, kreativitas, dan pemberdayaan bagi RM. Lingkungan kerja yang positif akan membantu RM merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik.

Melalui pengelolaan yang lebih terstruktur, pengembangan keterampilan yang berkelanjutan, insentif yang menarik, serta dukungan yang memadai, RM Funding & Transaction dapat semakin efektif dalam mencapai tujuan penawaran produk dan layanan perbankan. Manajemen yang proaktif dalam memberikan perhatian terhadap pengelolaan RM akan membantu BRI KC Surabaya - Tanjung Perak mencapai kinerja yang optimal dan membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.

KESIMPULAN

RM Funding & Transaction di BRI KC Surabaya – Tanjung Perak memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan penawaran produk & layanan perbankan. Marketing Funding harus memiliki kemampuan yang handal, sebab dalam perbankan divisi ini dituntut untuk mengumpulkan dana untuk kepentingan perusahaan. Dana yang dihasilkan nantinya akan dikelola dan digunakan untuk aktivitas perbankan lainnya yang menghasilkan keuntungan. Bank BRI menawarkan produk/jasa secara *real time*. Produk/jasa yang ditawarkan tentunya memberikan keuntungan dan kemudahan bagi para calon nasabah.

RM Funding & Transaction BRI KC – Surabaya Tanjung Perak harus dapat menciptakan strategi yang inovatif dan kreatif. RM Funding memiliki tugas untuk melakukan kunjungan secara rutin pada nasabah. Kegiatan kunjungan perlu dilaksanakan agar terjalin hubungan baik dengan nasabah. Marketing Funding harus dapat menjaga relasi dan memberikan pelayanan yang baik dengan nasabah.

RM Funding harus dapat mengidentifikasi peluang pasar dan segmen yang menjanjikan. Seorang marketing dituntut agar dapat memahami produk/jasa yang ditawarkan. Marketing harus siap dengan tantangan dan perubahan dinamika yang tidak menentu. RM Funding harus menetapkan dan mengembangkan strategi penjualan agar dapat semakin luas jangkauan pasarnya.

RM Funding penting untuk membangun kemitraan dan kerjasama dengan nasabah. Sebagai marketing diperlukan kemampuan untuk mempertankan dan memuaskan konsumen. Ini adalah bagian dari peran RM Funding untuk melakukan promosi dan persuasif guna meningkatkan penjualan produk/layanan perbankan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyak kepada PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Kantor Cabang Surabaya – Tanjung Perak yang telah memberikan izin dan kesempatan penulis untuk melaksanakan “program magang” sehingga penulis dapat melakukan observasi dan mendapatkan data yang dibutuhkan untuk memenuhi tugas akhir kuliah. Penulis mendapatkan banyak pembelajaran dalam menghadapi tantangan dunia kerja secara nyata. Penulis juga mendapatkan pengetahuan lebih mendalam tentang dunia perbankan, khususnya divisi RM Funding & Transaction. Terimakasih kepada Pimpinan Cabang, Manager Funding & Transaction selaku pembimbing magang. Terimakasih juga kepada karyawan RM Funding & Transaction dan semua pihak Bank BRI KC – Surabaya Tanjung Perak yang telah membantu penulis dalam memperoleh data.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis. Terima kasih kepada seluruh dosen Administrasi Bisnis, khususnya pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan dan saran penulis dalam menyelesaikan laporan untuk memenuhi tugas akhir kuliah.

DAFTAR PUSTAKA

- David, N. A. A. P., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(02), 143-162.
- Fadlan, A. F. (2022). BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN LAINNYA. PUBLICA INDONESIA UTAMA.
- Fahmi, I. (2020). PENGANTAR MANAJEMEN KEUANGAN. Bandung: ALFABETA.
- Fitriani, N. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN FAEDAH DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU PARE KEDIRI. (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Hidayat, S. (2022). MANAJEMEN PERBANKAN MODERN. Yogyakarta: PUSTAKA BARU.
- Manalu, O. R. (2007). PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN BRITAMA PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (BRI), TBK CABANG ISKANDAR MUDA DI MEDAN. (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Parenrengi, S., & Hendratni, T. W. (2018). PENGARUH DANA PIHAK KETIGA, KECUKUPAN MODAL DAN PENYALURAN KREDIT TERHADAP PROFITABILITAS BANK. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 9-18.
- Saputri, T. (2022). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN FUNDING OFFICER TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA KANCA SIDRAP. (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Sribakti, K., & Nurkariani, N. L. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA DAN KUALITAS PRODUK PERBANKAN MELALUI KEPUASAN NASABAH YANG BERPENGARUH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BRI SINGARAJA. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 49-56.

Sutrisno, E. (2020). STRATEGI PENGELOLAAN SDM DALAM MENINGKATKAN KINERJA BANK.
Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(3), 200-212.