



**“STRATEGI PROMOSI BRI BRANCH OFFICE TANGERANG MERDEKA
DALAM MENINGKATKAN PENGGUNANAAN APLIKASI BRIMO”**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
LUCKY BAHAR MATTALIUT
55123110037

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2025**

ABSTRACT

Digital banking not only offers convenience, but also supports financial inclusion by reaching people who were previously underserved by conventional banking. This is a great opportunity for banks to improve their reach and quality of services. The purpose of this study is to determine the effectiveness of BRIMO's promotional strategy implemented at the BRI Tangerang Merdeka Branch Office. This study also aims to identify the factors that affect the mismatch between the growth of the number of accounts and the level of use of the BRIMO application. This research method uses a qualitative approach with case studies, the object of study in this study is the BRI work unit, while the research subjects include two main groups: internal and external, such as marketing officers, customer service (CS), and leaders of work units and external groups in this study are BRI customers who come from across generations, namely the Baby Boomers generation, Generation Y (Millennials), Generation Z and Generation Alpha. In this study, the sampling technique used is purposive sampling. The data analysis of this study uses the results of interviews and field notes. The results of the study show that the marketing strategy in the BRIMO application can increase the number of customers at BRI Tangerang Merdeka through market segmentation, targeting, positioning, and implementation of the marketing mix which includes products, prices, distribution, and promotions. The obstacle to opening the BRIMO application in an effort to increase the number of customers at BRI Tangerang Merdeka comes from two factors, namely internal and external factors, which means that internal factors are the existence of inappropriate data such as customer ID numbers that have not been registered with the Dispendukcapil. For external factors, including customer network problems, cellphones do not support so that the BRIMO opening process is hampered.

Keywords: Strategy, Promotion, Application

ABSTRAK

Perbankan digital tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga mendukung inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh perbankan konvensional. Hal ini menjadi peluang besar bagi bank untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas layanannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas strategi promosi BRIMO yang diterapkan di Branch Office BRI Tangerang Merdeka. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ketidaksesuaian antara pertumbuhan jumlah rekening dan tingkat penggunaan aplikasi BRIMO. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Objek studi dalam penelitian ini adalah unit kerja BRI tersebut, sementara subjek penelitiannya meliputi dua kelompok utama: internal dan eksternal. Kelompok internal meliputi petugas pemasaran, layanan pelanggan (CS), dan pemimpin unit kerja, sedangkan kelompok eksternal dalam penelitian ini adalah para nasabah BRI yang berasal dari lintas generasi, yaitu generasi Baby Boomers, Generasi Y (Milenial), Generasi Z dan Generasi Alpha. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data penelitian ini menggunakan hasil wawancara, catatan lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam aplikasi BRIMO dapat meningkatkan jumlah nasabah pada BRI Tangerang Merdeka dilakukan melalui Segmentasi pasar, targetting, positioning, serta implementasi bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi, dan promosi. Kendala pembukaan aplikasi BRIMO upaya meningkatkan jumlah nasabah pada BRI Tangerang Merdeka yaitu berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi adanya data yang tidak sesuai, seperti Nomor KTP nasabah yang belum terdaftar di Dispendukcapil. Sedangkan faktor eksternal meliputi masalah jaringan nasabah, Hp tidak support sehingga proses pembukaan BRIMO terhambat.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Aplikasi

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Promosi BRI Branch Office Tangerang Merdeka dalam
Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRImo
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Lucky Bahar Mattaliut
NIM : 55123110037
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 28 Agustus 2025

Mengesahkan,
Pembimbing



UNIVERSITAS
(Dudi Permana ST, M.M, Ph.D)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, Msi. Ak)



(Dr. LennyChristina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Promosi BRI Branch Office Tangerang Merdeka dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRImo
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Lucky Bahar Mattaliut
NIM : 55123110037
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 28 Agustus 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2025



Lucky Bahar Mattaliut

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : LUCKY BAHAR MATTALIUT
NIM */Student id Number* : 55123110037
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“Strategi promosi BRI branch office tangerang merdeka dalam meningkatkan penggunaan aplikasi brimo”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

18 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

13 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 18 September 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Strategi Promosi BRI Branch Office Tangerang Merdeka dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRImo”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Orang tua, Istri, Anak dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan yang tiada henti.
3. Bapak Dudi Permana, ST, M.M, Ph.D selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketelitian yang telah membimbing, memberikan masukan, serta arahan dalam penyusunan tesis ini hingga terselesaikan.
4. Ibu Lenny Christina Nawangsari, MM Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
5. Pimpinan, rekan kerja, serta seluruh pihak di BRI Branch Office Tangerang Merdeka yang telah memberikan data, informasi dalam proses penelitian.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan motivasi berharga selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman seperjuangan di Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang senantiasa menjadi sumber semangat, inspirasi, dan kebersamaan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan strategi promosi di sektor perbankan.

Jakarta, 28 Agustus 2025

Lucky Bahar Mattaliut

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kontribusi Penelitian	9
1.4.1 Kontribusi Teoritis	9
1.4.2 Kontribusi Praktis	10
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Teori Pertumbuhan Ekonomi	13
2.1.2 Teori Pemasaran (<i>Marketing Theory</i>)	14
2.1.3 Teori Difusi Inovasi (<i>Innovation Diffusion Theory – IDT</i>)	18
2.1.5 Transformasi Digital dalam Perbankan	19
2.1.6 Strategi Promosi	22

2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Desain /Strategi Penelitian	30
3.3 Lokasi dan Subjek Penelitian	31
3.4 Definisi Konsep	33
3.5 Situasi Sosial	34
3.6 Informan Kunci	34
3.7 Metode Sampling	35
3.8 Teknik Pengumpulan Data	36
3.9 Instrumen Penelitian	37
3.10 Uji Instrumen	39
3.11 Keabsahan Data	39
3.12 Metode Analisis Data	41
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Strategi Promosi yang diterapkan oleh BRI di Branch Office Tangerang - Merdeka dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRIMO	53
4.2.2 Faktor Hambatan dan Pendukung Strategi Promosi yang diterapkan oleh BRI di Branch Office Tangerang Merdeka dalam Meningkatkan - Penggunaan Aplikasi BRIMO	70
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Strategi Promosi yang diterapkan oleh Branch Office Tangerang - Merdeka dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRIMO	80
4.3.2 Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Promosi yang diterapkan	

oleh BRI di Branch Office Tangerang Merdeka dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi BRIMO	88
4.3.3 Analisis Difusi Inovasi (<i>Innovation Diffusion Theory – IDT</i>)	91
4.3.4 Tringulasi Data,	93
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
4.1 Kesimpulan	96
4.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna BRIMO BRI BO Tangerang Merdeka,	2
Tabel 1.2 Data Target RKA dan Pencapaian Pengguna BRIMO,	3
Tabel 1.3 Data CIF Tangerang Merdeka Berdasarkan Usia,	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu,	24
Tabel 3.1 Jumlah Informan,	35
Tabel 4.1 Data Perkembangan Jumlah Rekening dan Pengguna Aplikasi BRIMO di - BRI BO Tangerang Merdeka,	45
Tabel 4.2 Data Target RKA vs Pencapaian User BRIMO.....	45
Tabel 4.3 Data CIF Rekening berdasarkan Usia,	46
Tabel 4.4 Profil Informan Internal,	47
Tabel 4.5 Profil Informan Eksternal,	47
Tabel 4.6 Interpretasi Data Sekunder dan Tringulasi data Primer,	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran,	28
Gambar 4.1 Grafik Target vs Realisasi Pengguna BRIMO (2021-2023)	50
Gambar 4.2 Grafik Distribusi Usia Nasabah Tangerang Merdeka	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skrip Wawancara Pemimpin Cabang,	103
Lampiran 2 Skrip Wawancara Marketing Officer,	109
Lampiran 3 Skrip Wawancara Marketing Officer II,	115
Lampiran 4 Skrip Wawancara Customer Service,	122
Lampiran 5 Skrip Wawancara Customer Service II,	126
Lampiran 6 Skrip Wawancara Baby Boomers,	134
Lampiran 7 Skrip Wawancara Baby Boomers II,	137
Lampiran 8 Skrip Wawancara Generasi Y,	140
Lampiran 9 Skrip Wawancara Generasi Y II,	143
Lampiran 10 Skrip Wawancara Generasi Z,	146
Lampiran 11 Skrip Wawancara Generasi Z II,	149
Lampiran 12 Gambar - Gambar Wawancara,	152

