

Penerapan Strategi Promosi Deposito Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung Timur

Asti Bariah Hadianti¹, Linda Novianti²

^{1,2} STIE Gema Widya Bangsa,

astibariahadianti@gmail.com, lindanovianti999@email.com

Article Info:

Article history:

Received Date: 17/09/2025

Accepted Date: 20/09/2025

Published Date: 25/09/2025

Keywords:

Financial Literacy

Promotion Strategy

Bank BTN

Community Engagement

ABSTRACT

Indonesia's stable economic growth has driven the development of the financial sector, including banking. However, the contribution of Indonesian banks to the Gross Domestic Product (GDP) and the level of public participation in investment, particularly deposits, is still relatively low compared to neighbouring countries. The low level of public understanding regarding deposit products, coupled with negative perceptions towards marketing systems, poses a challenge for banks, including PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Office Bandung Timur, in expanding their market share. This community service activity aims to enhance public literacy regarding deposits while providing practical experience for students. The method used is a participatory approach through observing promotional strategies, direct education to the public, and student involvement in marketing practices at the Consumer Funding Unit. Data was collected through observation, interviews, documentation, and literature review, then analysed using descriptive qualitative methods. The results of the activity showed an increase in the community's understanding of the benefits and mechanisms of deposits, active student participation in supporting promotions, and the formulation of strategic recommendations for Bank BTN. Thus, this activity contributed to improving the community's financial literacy while strengthening the synergy between academia and the banking industry in encouraging community investment growth.

Corresponding Author:

Linda Novianti
STIE Gema Widya Bangsa,
lindanovianti999@email.com

PENDAHULUAN

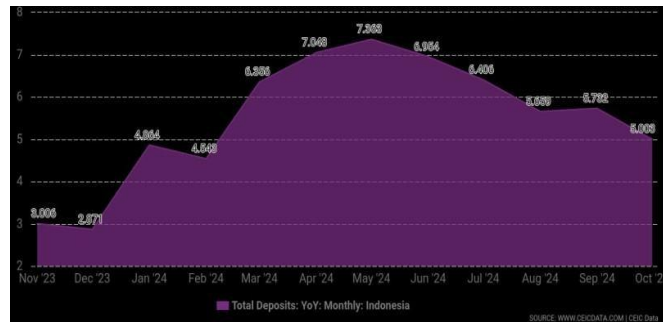
Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki kinerja ekonomi yang terus tumbuh dan stabil dengan capaian rerata pertumbuhan ekonomi dari 2015 hingga 2019 sebesar 5,03% atau jauh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi global yang hanya sebesar 2,72%. Salah satu sektor penting lain, sektor keuangan, juga berperan sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi. Data menunjukkan bahwa selama lima tahun terakhir rerata pertumbuhan jasa keuangan adalah sebesar 6,02%. (Faculty of economics and business, 2023) Meski secara umum kinerja jasa keuangan terus tumbuh positif, sayangnya industri jasa keuangan Indonesia masih relatif lebih rendah dari negara setara di Kawasan Asia Tenggara. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2020 mencatat bahwa aset perbankan Indonesia mampu mengalami peningkatan hingga Rp9.333 triliun atau sebesar 59,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Akan tetapi, angka tersebut masih lebih kecil dibandingkan dengan beberapa negara di Kawasan Asia Tenggara, seperti Singapura, Malaysia, Thailand dan Filipina yang masing-masing memiliki aset perbankan sebesar 325,8%, 206%, 144,9%, dan 100,6% terhadap PDB. (Faculty of economics and business, 2023)

Di tengah perkembangan sektor keuangan Indonesia yang terus menunjukkan laju positif, peran perbankan nasional sebagai lembaga intermediasi keuangan tak lepas dari sejumlah tantangan besar. Angka penyaluran kredit yang masih relatif rendah terhadap PDB menjadi salah satu tantangan penting yang harus dihadapi. Pada tahun 2020, penyaluran kredit terhadap PDB sebesar 36,66%, jauh lebih rendah dibandingkan kinerja penyaluran kredit

perbankan di Thailand, Malaysia, dan Singapura yang masing-masing sebesar 160%, 134%, dan 133% . (Faculty of economics and business, 2023) Perbankan memainkan peran penting dalam membantu masyarakat mengatasi masalah keuangan. Dengan menyediakan produk-produk keuangan seperti deposito dan tabungan, perbankan membantu masyarakat mengatasi masalah keuangan dan memastikan bahwa uang mereka tersimpan dengan aman.(Rohman, 2023) Kondisi pertumbuhan perekonomian suatu negara juga ikut memberikan pengaruh terhadap suku bunga deposito. Saat ekonomi tumbuh pesat, permintaan kredit meningkat, dan bank cenderung menaikkan suku bunga deposito untuk menarik lebih banyak dana nasabah. Sebaliknya, ketika ekonomi melambat, suku bunga simpanan deposito dapat diturunkan untuk mendorong konsumsi dan investasi. (NIAGA, 2024)

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menabung membuat industri perbankan mengalami perkembangan yang signifikan. Bank Tabungan Negara (BTN) sebagai salah satu bank milik negara terus berupaya meningkatkan kinerja dan memperluas pangsa pasar. Perkembangan bisnis di jaman sekarang semakin berkembang pesat, banyak perusahaan yang bersaing untuk menarik para investor. Namun minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi dinilai masih cukup rendah. Bahkan, dalam urusan ini Indonesia kalah jauh dengan negara tetangga. Ivan Jaya, selaku Head Wealth Management & Retail Digital Business Commonwealth Bank mengatakan “hingga kini, jumlah masyarakat yang ber investasi hanya 0,4% dari jumlah penduduk Indonesia.” (Firdausi, 2020) Sementara itu sejumlah negara tetangga sudah memperhatikan investasi seperti Malaysia yang mencapai 57% dari jumlah penduduk, Thailand sebesar 6%, china sebesar 9% dan india sebesar 4%. Artinya hanya sekian juta lebih masyarakat yang sudah melakukan investasi. Ini patut menjadi perhatian. Perlu ada sebuah gerakan melek investasi untuk membuat Indonesia lebih baik karena investasi masyarakat akan mendorong kemajuan suatu negara”. (Firdausi, 2020) Hal ini bisa saja terjadi karna kurangnya pemahaman Investasi oleh masyarakat Indonesia. Bahkan pernah adanya Investasi bodong yang ada di Indonesia sehingga minim nya para investor yang ada. Padahal banyak sekali pilihan produk ber investasi baik dari Lembaga Keuangan Bukan Bank maupun Bank, yaitu Reksa dana, Saham, Obligasi dan yang lainnya atau ber investasi di Lembaga Keuangan. (Firdausi, 2020)

Perbankan yang memiliki produk investasi yaitu Deposito. Produk simpanan Investasi Deposito adalah simpanan pihak ke tiga di bank dengan sistem setoran yang penarikan nya hanya bisa dilakukan sesudah melewati waktu tertentu. (Firdausi, 2020) Konsep pemasaran deposito yang digunakan oleh bank syariah menimbulkan pandangan negatif dikalangan masyarakat. Sebagian bank menggunakan konsep ini hanya untuk mengejar investasi. (Sapei Ekonomi Syariah & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, 2023) Dimana kesadaran masyarakat terhadap prodak deposito, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap produk deposito, Berdasarkan hasil pengamatan yang lakukan dimana masyarakat belum begitu mengetahui apa itu deposito, seluk-beluk mengenai deposito dan sistem bagi hasil. (Sapei Ekonomi Syariah & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, 2023) Padahal masyarakatnya banyak melakukan berbagai kegiatan simpan dan pinjam yang berhubungan dengan tabungan, akan tetapi kebanyakan masyarakat lebih memilih menabung di tabungan biasa dan bahkan masih ada masyarakat yang beranggapan bahwa deposito itu tabungan yang merugikan saja. Dari segi pendapatan dan keuntungan deposito lebih menguntungkan dari pada menyimpan di tabungan biasa, oleh sebab itu menjadi alasan kenapa masyarakat lebih banyak yang menyimpan ditabungan biasa. (Sapei Ekonomi Syariah & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, 2023) Dengan memahami tingkat pemahaman masyarakat tersebut terhadap deposito, maka bank memiliki peluang yang kuat untuk memasarkan produk yang ditawarkan agar lebih bersifat market driven. Struktur pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang sudah terbangun sudah sangat lama tentu tidak mudah diarahkan kepada sistem simpan pinjam yang semakin berkembang kebutuhan lalu lintas keuangan. (Sapei Ekonomi Syariah & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, 2023) Pertumbuhan Total Deposito Indonesia dilaporkan sebesar 5.0 % pada 2024-10. Rekor ini turun dibanding sebelumnya yaitu 5.7 % untuk 2024-09. Data Pertumbuhan Total Deposito Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 11.0 % dari 2000-01 sampai 2024-10, dengan 298 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 55.4 % pada 2000-06 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2004-04. Data Pertumbuhan Total Deposito Indonesia tetap berstatus aktif di CEIC dan dilaporkan oleh CEIC Data. Data dikategorikan dalam Global Economic Monitor World Trend Plus Table: Total Deposits: Y-o-Y Growth: Monthly. (CEIC DATA, 2024)



Gambar 1. 1 Gambar grafik pertumbuhan Total Deposito Indonesia dari 2000-01 sampai 2024-10
 sumber: (CEIC DATA, 2024)

Deposito merupakan salah satu produk andalan Bank BTN yang menawarkan keamanan dan keuntungan bagi nasabah. Namun, persaingan pasar yang ketat dan perubahan perilaku konsumen membuat Bank BTN perlu mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan dan mempertahankan pangsa pasar. (Indonesia, 2022) Berdasarkan data Bank Indonesia, pertumbuhan deposito di Indonesia mencapai 10,3% pada tahun 2022. Sementara itu, Bank BTN mencatatkan pertumbuhan deposito sebesar 8,5% pada tahun yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BTN masih perlu meningkatkan kinerja depositonya. (Indonesia, 2022) Lembaga perbankan di Indonesia yang menyediakan produk deposito, salah satunya yaitu PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung Timur. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk adalah salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk perseroan terbatas yang bergerak di bidang Jasa Keuangan. Deposito di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk untuk menawarkan keuntungan bagi nasabah di KC Bandung Timur.

METODE

Metode pengabdian yang diterapkan dalam kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan praktis dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk keuangan, khususnya deposito, sekaligus memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam praktik perbankan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari di kampus langsung di lapangan, sekaligus memberikan manfaat edukatif bagi masyarakat sebagai nasabah atau calon nasabah Bank BTN Kantor Cabang Bandung Timur. Pelaksanaan pengabdian dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung Timur selama dua bulan, bersamaan dengan kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) penulis yang ditempatkan pada unit Consumer Funding Unit. Sasaran pengabdian mencakup masyarakat yang membutuhkan pemahaman tentang produk deposito dan strategi menabung yang aman serta mahasiswa sebagai peserta KKM agar dapat meningkatkan kompetensinya di bidang pemasaran produk perbankan.

Kegiatan pengabdian dimulai dengan observasi dan analisis lapangan, di mana mahasiswa melakukan pengamatan terhadap pelaksanaan strategi promosi deposito yang diterapkan oleh bank. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, berupa penyampaian informasi mengenai pengertian, manfaat, serta mekanisme bagi hasil deposito, sekaligus perbedaan antara tabungan biasa dan deposito serta keuntungan investasi deposito. Selain itu, mahasiswa juga terlibat secara langsung dalam praktik pemasaran deposito di unit Consumer Funding Unit dengan bimbingan petugas bank, sehingga mampu mempromosikan produk secara efektif berdasarkan pendekatan yang bersifat market driven. Data pengabdian dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan pegawai bank dan masyarakat, dokumentasi kegiatan promosi dan edukasi, serta studi literatur terkait strategi pemasaran produk perbankan dan edukasi keuangan masyarakat. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif deskriptif untuk menggambarkan kegiatan, strategi, dan hasil pengabdian secara rinci.

Analisis difokuskan pada efektivitas strategi promosi deposito, tingkat pemahaman masyarakat setelah edukasi, serta kontribusi mahasiswa dalam mendukung kegiatan promosi Bank BTN. Keberhasilan pengabdian diukur berdasarkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk deposito, partisipasi aktif mahasiswa, dan tersusunnya rekomendasi strategis bagi Bank BTN dalam meningkatkan kinerja promosi deposito.

Strategi Promosi Deposito di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor cabang Bandung Timur

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, strategi promosi deposito yang diterapkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung Timur masih menggunakan metode kombinasi antara brosur digital, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), serta pemanfaatan jaringan relasi. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank ini dapat dijelaskan melalui konsep 7P, yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Produk deposito yang ditawarkan Bank BTN memiliki berbagai jenis, antara lain deposito berjangka dengan jangka waktu mulai dari satu hingga dua puluh empat bulan, deposito sertifikat yang diterbitkan dalam bentuk sertifikat dengan suku bunga tetap, dan deposito on call yang memiliki jangka waktu minimal tujuh hari hingga kurang dari satu bulan dengan nominal besar. Deposito BTN tersedia dalam berbagai mata uang, mudah dibuka dan dikelola melalui teller, ATM, atau aplikasi Bale Mobile, serta dilengkapi dengan opsi perpanjangan otomatis (ARO) dan fasilitas asuransi dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Adapun dalam hal harga, suku bunga deposito BTN bervariasi tergantung pada jangka waktu, mata uang, dan jumlah setoran. Deposito berjangka menawarkan bunga yang lebih tinggi, sedangkan deposito sertifikat memiliki suku bunga tetap dan deposito on call memiliki bunga yang lebih rendah. Bank juga memberlakukan biaya administrasi tertentu, termasuk biaya bilyet, materai, dan biaya bulanan, yang merupakan bagian dari struktur harga produk deposito. Tempat atau distribusi produk dilakukan melalui jaringan cabang BTN yang luas di seluruh Indonesia, ATM, aplikasi BTN Mobile, dan kantor cabang strategis seperti Bandung Timur yang memiliki fasilitas pelayanan nyaman. Promosi dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media cetak, media digital, brosur, penawaran khusus, acara dan seminar edukasi keuangan, pemasaran media sosial, mobile marketing melalui Bale BTN, serta personal selling oleh tim Consumer Funding Unit yang melakukan interaksi langsung dengan nasabah untuk negosiasi suku bunga dan proses akad deposito.

Aspek orang atau sumber daya manusia sangat diperhatikan oleh Bank BTN, di mana staf terlatih dan profesional, terutama di Funding Service Unit, customer service, teller, dan Transaksi Processing Unit, berperan aktif dalam memberikan pelayanan ramah dan efisien. Nasabah menjadi fokus utama, dengan pendekatan yang menyesuaikan kebutuhan dan preferensi mereka. Proses pembukaan dan pengelolaan deposito dilakukan dengan mudah dan cepat, baik melalui kunjungan langsung ke cabang maupun secara online melalui aplikasi Bale BTN. Nasabah dapat mengakses layanan pengelolaan deposito melalui berbagai saluran yang tersedia, termasuk teller, ATM, dan mobile banking. Bukti fisik yang digunakan untuk mendukung promosi dan pelayanan meliputi brosur dan flyer yang memuat informasi lengkap mengenai produk, website dan aplikasi Bale BTN yang menyediakan akses transaksi dan informasi secara digital, serta kantor cabang yang didesain profesional dan nyaman untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk deposito. Secara keseluruhan, strategi promosi deposito di Bank BTN Kantor Cabang Bandung Timur memadukan berbagai elemen pemasaran dengan pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah dan kenyamanan layanan.

Partisipasi Pengabdian dalam Pengabdian di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung Timur

Selama pelaksanaan pengabdian di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung Timur, para pengabdian terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan di unit Consumer Funding & Service Unit. Adapun mekanisme yang dilakukan pengabdian diuraikan dalam narasi berikut ini:

1. Pada minggu pertama, pengabdian menerima pengarahan dari pembimbing KKM, diperkenalkan dengan struktur unit, serta mempelajari penggunaan aplikasi Green Screen untuk pengelolaan database bank. Selain itu, pengabdian membantu mengantarkan surat penawaran kerja sama untuk diberi nomor surat oleh sekretaris, menyampaikan memo kepada customer service, mempelajari pembuatan memo, memindahkan data KIP secara bulk, memasukkan memo ke dalam sistem Bantex, mengisi formulir data perilaku transaksi (CDD) dan pickup service, serta mempelajari pembuatan BTN Merchant (QRIS) untuk nasabah. Pengabdian juga merekap data register pembagian dana KPPS se-Kabupaten Garut dan mengantarkan rekening koran IKOPIN.

2. Pada minggu kedua, pengabdi melanjutkan tugasnya dengan memasukkan memo keluar terkait pengajuan prinsip badan narkotika Jelegong, membawa formulir pembukaan rekening deposito dan CDD ke teller dan customer service, serta merekap data BTN Smart Tabungan Batara dari Green Screen ke sistem BTN Smart. Pengabdi turut mengantarkan surat perjanjian antara Bank BTN dengan PT. Guldarn, berkas permohonan cash management, permohonan AFT (Automatic Fund Transfer), serta rekening koran maintenance ke bagian terkait.
3. Pada minggu ketiga, pengabdi membawa berkas pembukaan rekening dari Darma Prasetya Cipta Graha, mengantarkan memo pembukaan BTN Merchant oleh PT. Agung Sentosa, serta merekap data pencairan proyek tol nasabah. Pengabdi juga memasukkan formulir QRIS ke dalam sistem Bantex, mengantarkan memo permohonan bilyet deposito, permohonan cashback Prospera ke bagian GA, mengisi formulir pendaftaran BTN Cash Management, serta mengantarkan dan memfotokopi memo permohonan pencairan sosialisasi Bandung dan STHG beserta reimbursement APDR. Selain itu, pengabdi mencari berkas di dokumen keeper kantor wilayah Jawa Barat, mengantarkan memo PDAM Garut ke sekretaris, memasukkan memo PKS ke sistem Bantex PKS 2024, serta membuat memo dan SI deposito.
4. Pada minggu keempat, pengabdi membawa berkas APDR ke TP, meminta tanda tangan kepala cabang, mengantarkan memo dan berkas ke customer service, serta memasukkan memo ke Bantex memo keluar baik eksternal maupun internal. Pengabdi juga mengantarkan memo pencairan UGR Tol Gedebage Tasikmalaya ke GA, mengisi formulir CDD nasabah, membuat memo deposito, menyetorkan penarikan transaksi nasabah ke teller, merekap dan menghubungi kembali nasabah KPU Sumedang, memasukkan memo PT. Halimanu ke Bantex CMS G-H, serta membuat surat penawaran rate deposito.
5. Pada minggu kelima, pengabdi mengisi CDD, formulir permintaan pickup service, dan formulir serah terima uang, memisahkan kalender besar dan kecil ke tiap dus, membuat lampiran APDR, mengisi formulir QRIS, membuat memo deposito, mengisi formulir CDD untuk nasabah baru, mengantarkan memo dan berkas ke customer service, mengantarkan memo reward ke GA dan TP, serta mengisi formulir pembukaan rekening perorangan.
6. Pada minggu keenam, pengabdi mengantarkan lampiran Jasa Marga ke customer service, mengisi kuis BTN Best, membuat perlengkapan untuk acara di bank, mengantarkan memo ke customer service, memasukkan memo ke Bantex Rate 2025 dan Bantex Memo In, serta mengorganisir memo ke CMS sesuai abjad. Pengabdi juga mengantarkan memo dan proposal ke sekretaris, mengisi formulir CIF dan pembukaan rekening perorangan, mengantarkan memo permohonan penghapusan dan penambahan AFT anggota satuan Yonif 330 ke TP, merekap CIF pembukaan rekening perorangan serta Ripay Batara dan TabunganKu, dan membuat memo deposito.
7. Pada minggu ketujuh, pengabdi mengisi CDD deposito, mengantarkan memo dan lembar harian kerja ke customer service, mengantarkan memo pemindahbukuan dana KPU Sumedang ke sekretaris dan TP, membuat memo deposito, meminta rekening koran ke customer service, mengantarkan memo ke sekretaris, mengisi BTN Smart, serta mencari memo perusahaan di Bantex CMS.
8. Pada minggu kedelapan, pengabdi mengantarkan memo dan surat keluar ke sekretaris, mengantarkan surat dan memo ke TP, membuat memo deposito, mengantarkan memo ke customer service, serta mengirimkan bukti kwitansi nasabah ke user funding. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdi ini menunjukkan keterlibatan aktif dalam proses operasional dan promosi produk deposito di Bank BTN, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam mendukung kelancaran pelayanan kepada nasabah serta pemahaman mengenai prosedur perbankan secara menyeluruh.

Hasil Pengabdian Mengenai Strategi Promosi Deposito di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor cabang Bandung Timur

Berdasarkan analisis bauran pemasaran (7P) dan bauran promosi yang diterapkan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung Timur, dapat diketahui bahwa bank ini menawarkan produk deposito yang memberikan berbagai keuntungan bagi nasabah. Produk deposito di Bank BTN KC Bandung Timur memiliki minimum setoran yang relatif terjangkau, suku bunga kompetitif, serta tambahan fasilitas berupa souvenir dan diskon tertentu. Dalam kegiatan pengabdian, pengabdi diarahkan oleh pihak Funding Service Unit melalui WhatsApp untuk membantu proses pembuatan memo deposito saat bertemu dengan nasabah. Memo ini berfungsi sebagai mandat atau instruksi bagi divisi terkait, yang bertujuan menyampaikan perintah transaksi atau informasi

terbaru. Sebagai contoh, salah satu nasabah yang membuka deposito, Ibu X, telah menyepakati suku bunga dan jangka waktu deposito selama satu hingga tiga bulan. Pengabdian membantu membuat memo serta register memo, yaitu tata kelola administrasi surat dan nomor surat masuk maupun keluar dari divisi terkait, agar transaksi berjalan sesuai standar operasional dan dapat langsung dilaksanakan oleh atasan. Proses pembukaan deposito di Bank BTN relatif mudah. Nasabah hanya perlu menyiapkan dokumen seperti KTP, NPWP, dan bukti alamat, sedangkan formulir pembukaan deposito dapat langsung diselesaikan oleh bagian Funding Service Unit. Setelah itu, nasabah menandatangani perjanjian deposito dan petugas bank menerbitkan bukti deposito. Penyetoran dana ke rekening deposito juga dilakukan dengan mudah, di mana petugas Funding Service Unit memeriksa kecukupan dana, memperbarui saldo deposito, dan menerbitkan bukti penyetoran.

Pengelolaan rekening deposito dilakukan secara berkala oleh Consumer Funding, setidaknya setiap bulan atau pada saat jatuh tempo, dengan pemberitahuan kepada nasabah mengenai perubahan syarat dan ketentuan serta pembaruan data rekening. Jika nasabah ingin menutup deposito, permohonan dapat diajukan melalui petugas bank atau secara online melalui Funding Service Unit, sehingga nasabah tidak perlu datang langsung. Setelah saldo diperiksa dan diperbarui, petugas menerbitkan bukti penutupan, dan dana sisa dapat ditarik oleh nasabah. Produk deposito Bank BTN memiliki setoran awal yang terjangkau, mulai dari lima juta rupiah, dengan tenor yang fleksibel mulai dari satu bulan hingga dua puluh empat bulan. Strategi promosi yang digunakan meliputi brosur cetak dan digital, web BTN, serta komunikasi digital melalui WhatsApp. Selama pengabdian, pengabdian turut membantu Funding Service Unit mempromosikan produk deposito melalui WhatsApp dan menyampaikan informasi secara langsung (word of mouth) kepada relasi sekitar, sehingga produk deposito dapat lebih dikenal di masyarakat.

Meskipun strategi promosi telah berjalan, terdapat beberapa keterbatasan, antara lain minimnya informasi yang disampaikan kepada calon nasabah dan ketergantungan pada metode promosi tradisional. Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat belum memahami manfaat membuka deposito di Bank BTN. Persaingan antarbank dalam produk deposito semakin ketat, sehingga diperlukan strategi promosi yang lebih kuat dan inovatif. Promosi yang efektif tidak hanya diharapkan meningkatkan jumlah nasabah, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian target bisnis BTN, khususnya dalam peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK). Peningkatan DPK ini pada gilirannya dapat mendukung program pembiayaan seperti KPR dan KUR, sehingga nasabah tidak hanya memperoleh keuntungan pribadi dari deposito, tetapi juga turut membantu masyarakat lain memperoleh akses pembiayaan untuk usaha atau kepemilikan rumah. Pengalaman pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan brosur dan digital brosur dapat menciptakan nasabah yang loyal, namun efektivitas promosi dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital yang lebih luas. Strategi pemasaran yang terfokus pada media sosial diharapkan dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah, memperkuat interaksi, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan produk deposito Bank BTN secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung Timur, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait strategi promosi deposito, partisipasi pengabdian, dan hasil analisis pelaksanaan pengabdian. Bank BTN KC Bandung Timur telah menerapkan berbagai strategi promosi deposito untuk menarik minat nasabah. Strategi promosi ini mencakup pemasaran langsung kepada calon nasabah melalui kegiatan promosi di lapangan, pemasaran digital menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, serta kerja sama dengan mitra seperti perusahaan asuransi dan lembaga keuangan lainnya untuk memperluas jangkauan promosi produk deposito. Pengabdian turut berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan terkait deposito. Kegiatan pengabdian meliputi membantu mempromosikan produk deposito melalui WhatsApp kepada masyarakat sekitar, memberikan informasi secara langsung kepada calon nasabah melalui metode word of mouth, serta membantu pembuatan memo deposito dan register memo untuk memastikan seluruh transaksi tercatat dengan rapi. Selain itu, pengabdian juga terlibat dalam proses pemberkasan deposito untuk memastikan dokumen-dokumen terkait tersusun secara tertib dan terorganisir. Pelaksanaan kegiatan pengabdian memberikan manfaat ganda, baik bagi pengabdian maupun bagi Bank BTN KC Bandung Timur. Pengabdian memperoleh pengetahuan dan pemahaman mengenai proses transaksi deposito dari awal hingga akhir, strategi promosi deposito yang efektif, serta operasional perbankan dan prosedur kerja bank. Di sisi lain, pengabdian ini memberikan kontribusi positif bagi Bank BTN KC Bandung Timur, antara lain meningkatkan kegiatan deposito, memperluas kesadaran masyarakat mengenai produk deposito, serta meningkatkan kualitas layanan bank melalui bantuan pengabdian dalam pembukaan deposito beserta persiapan dokumen yang diperlukan.

SARAN

Sebagai saran, pengabdian merekomendasikan agar Bank BTN KC Bandung Timur terus meningkatkan inovasi dalam strategi promosi deposito dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Strategi ini dapat mencakup pemanfaatan media sosial populer seperti TikTok, Instagram, dan Twitter untuk mempromosikan produk deposito secara lebih kreatif dan interaktif, sehingga dapat menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk berinvestasi melalui deposito. Selain itu, Bank BTN KC Bandung Timur disarankan untuk melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala terhadap pelaksanaan strategi promosi deposito. Hal ini penting untuk mengukur efektivitas strategi yang diterapkan serta melakukan perbaikan atau penyesuaian yang diperlukan, sehingga tujuan peningkatan jumlah nasabah dan kualitas layanan dapat tercapai secara optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Bandung Timur, khususnya divisi Funding Service Unit, atas bimbingan dan pengalaman berharga yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian, sehingga pengabdian memperoleh banyak pelajaran terkait operasional perbankan dan strategi promosi produk deposito.

REFERENSI

- BPK, 2023. (2023). *Peraturan Pemerintahan Pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 4 Tahun 1963*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/53734/perpu-no-4-tahun-1963>
- BPK, J. (2023). *Perubahan Dan Tambahan Undang-Undang No. 36 Tahun 1953 Tentang Bank Tabungan Pos (Lembaran Negara Tahun 1953 No.86)*.
- btn. (2024). *tentang kami BTN*.
- BTN. (2023). *Deposito Adalah: Jenis Deposito, Cara Menghitung Bunga, serta Keuntungan yang Diperoleh*.
- BTN. (2024). *Pengumuman Perubahan Merek dan Logo PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk*.
- BTN 2025. (n.d.). *Visi Misi*. <https://www.btn.co.id/About/About-Us>
- CEIC DATA. (2024). *Indonesia Pertumbuhan Total Deposito*.
- Faculty of economics and business. (2023). *Perbankan dan Derap Perekonomian*.
- Firdausi, N. I. (2020). Analisis struktur kovarians pada indikator terkait Judul. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147-154.
- Philip Kotler. (2012). Fungsi Pemasaran. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, 559.
- Indonesia, P. bank. (2022). *Dampak Kebijakan Moneter terhadap Perbankan Indonesia: Relasi anatar BI Rate dengan suku bunga deposito dan SBN*.
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Library Telkom University. (2022). *Sejarah Singkat Bank Tabungan Negara (BTN)*.
- NIAGA, C. (2024). *Perhitungannya, Pahami Apa Itu Suku Bunga Deposito hingga*.
- Nurasyiah, T. (2023). Implementasi Prosedur Pembukaan dan Pencairan Deposito Berjangka Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Gedong Tataan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 82–95.
- Rigitta, N. M. (2023). Tradisi Dugderan Sebagai Strategi Promosi Pemasaran Wisata Di Kota Semarang. *Jurnal*

Sosial Humaniora Terapan, 5(2). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i2.1025>

Rohman, B. A. (2023). *Peran Perbankan dalam perekonomian Indonesia saat ini*.

Sapei Ekonomi Syariah, U., & Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Subang, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah. *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)*, 1(1), 213–221.

Sari, A., & Alita, D. (2022). Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus : Sudden Inc). *Teknologi Dan Sitem Informasi (JTSl)*, 3(4), 80–85.

STIE GEMA WIDYA BANGSA. (2023). *Kuliah Kerja Mahasiswa*. 1–1.

Tamsir, S. P., Windiana, W., & Hamid, S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopindy. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 10197–10205. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3373>

Yudiawan, M. (2022). Esensi Statistik Bagi Kebijakan Publik', ed. by In Media (Jakarta, 2014) adap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 815–823.