

## **BAB V**

### **RENCANA AKSI**

Bab ini akan menjelaskan mengenai rencana aksi *marketing plan* produk b-tunai Bank Bukopin. Aspek-aspek rencana aksi terdiri dari perencanaan kegiatan dan waktu persiapan, penanggung jawab, dan ukuran kinerja. Rencana aksi dibutuhkan sebagai pedoman untuk pelaksanaan dan berjalannya *marketing plan* yang telah dibuat.

#### **5.1 Perencanaan dan Waktu Persiapan Kegiatan Pemasaran**

Kegiatan pemasaran dilakukan untuk mengenalkan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dan memastikan konsumen mengetahui serta memahami jasa layanan yang ditawarkan oleh agen-agen b-tunai. Kegiatan pemasaran dalam program b-tunai ini meliputi penyebaran brosur, pemasangan iklan di radio, media sosial, dan pendirian stand di acara pameran yang diadakan oleh Bank Indonesia atau OJK maupun oleh Perhimpunan Bank Swasta Nasional. Penyebaran brosur dilakukan sejak awal tahun 2018. Pemasangan iklan pada radio dilakukan selama 3 bulan pada awal tahun 2018 dan ditujukan untuk membangun kesadaran konsumen pada b-tunai. Kegiatan pemasaran selanjutnya yaitu melalui media sosial seperti instagram, facebook dan juga website Bank Bukopin yang akan dilakukan terus-menerus sejak bulan kedua tahun 2018.

Selain menggunakan media promosi, b-tunai juga akan mendirikan stand di acara pameran-pameran yang diadakan oleh institusi perbankan. Waktu pelaksanaan dari kegiatan-kegiatan tersebut dibuat dalam bentuk *Gantt chart* agar lebih mudah dipahami. Berikut ini jadwal waktu dan kegiatan pemasaran dari program b-tunai:

Tabel 5.1 Rencana Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran b-tunai

No.	Kegiatan	Tahun																	
		2018												2019	2020	2021	2022	2023	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						
	Pemasaran																		
1	Penyebaran Brosur																		
2	Media Sosial																		
3	Radio																		
4	Pameran-pameran																		

## 5.2 Penanggung Jawab

Alur pertanggungjawaban disesuaikan dengan struktur organisasi PT Bank Bukopin, Tbk yang ada. Keseluruhan kegiatan dari rencana aksi pemasaran program b-tunai merupakan tanggung jawab dari Manager b-tunai yang kemudian bertanggung jawab kepada Kepala Divisi Perbankan dan Digital Transaksi, sedangkan Direktur yang membidangi adalah Direktur Pengembangan Bisnis dan Teknologi Informasi.

### **5.3 Ukuran Kinerja**

Ukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui pencapaian target yang diharapkan oleh perusahaan. Ukuran kinerja juga digunakan sebagai alat untuk mengukur pencapaian kinerja bisnis apakah sudah mencapai target atau masih di bawah target yang telah ditetapkan. Pengukuran kinerja kegiatan pemasaran program b-tunai tersebut meliputi:

#### Kegiatan Pemasaran

- a) Penyebaran brosur secara berkala.
- b) Pemasangan iklan di radio.
- c) Konsisten dalam melakukan promosi melalui media sosial.
- d) Terjadi peningkatan jumlah konsumen.
- e) Kemampuan membuat laporan pemasaran rutin kepada penanggung jawab.