

ABSTRAK

BRI perlu mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan internal serta peluang eksternal yang ada untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar. Analisis strategis seperti SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) menjadi alat yang efektif untuk membantu BRI dalam merumuskan strategi marketing yang berfokus pada kekuatan dan peluang, serta aspirasi jangka panjang yang ingin dicapai untuk meningkatkan kemampuan perusahaan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pemasaran yang digunakan oleh BRI Mo dalam mengembangkan bisnisnya. Metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan cara wawancara. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kasus. Metode wawancara dilakukan secara komunikasi langsung kepada Kepala Bagian Retail Payment and Merchant Regional Office Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 tema yaitu Pendekatan Multisegmen dan Kampanye Edukasi, Respons Cepat dan Analisis Berbasis Data, Adaptasi terhadap Kompetisi dan Literasi Digital, Inovasi Berkelanjutan untuk Memberdayakan Nasabah, Evaluasi Berbasis Data dan Pengalaman Nasabah, dan Pengembangan Fitur dan Kemitraan Strategis.

Keyword: Strategi SOAR, BRI Mo, Marketing.