

ABSTRAK

BRILink merupakan perpanjangan tangan bank BRI untuk menjangkau masyarakat yang sulit terjangkau kantor unit. Penelitian ini berawal dari sebuah temuan bahwa terdapat persentase simpanan yang berasal dari transaksi di Agen BRILink yang rendah dan kurang optimalnya kontrol sistem tenaga pemasaran yang diterapkan oleh pihak BRI di wilayah Kerja Kantor Cabang BRI Slawi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan, kontrol sistem tenaga pemasar, dan strategi peningkatan performa penjualan produk simpanan oleh agen BRILink di wilayah tersebut. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan *focus group discussion* (FGD) dan dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah pemangku kepentingan dan agen BRILink di Kantor Cabang BRI Slawi, dengan sampel yang terdiri dari beberapa agen yang aktif dalam kemitraan dengan BRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun agen BRILink memiliki inovasi dalam pemasaran, pengendalian dan pelatihan soft skill masih perlu diperkuat untuk meningkatkan kinerja mereka. Selain itu, faktor eksternal seperti penurunan kepercayaan masyarakat dan kondisi ekonomi pasca-pandemi turut mempengaruhi penurunan simpanan yang disimpan di BRI.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Perbankan, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kontrol Sistem Tenaga Pemasar, Strategi Peningkatan Performa