

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan teknologi dalam dunia perbankan telah melaju pesat hingga muncul konsep perbankan terbaru yaitu *branchless banking*, sebuah konsep yang menggabungkan *mobile banking* dengan *agent banking*. Kehadiran konsep ini dilirik m-STARS, sebuah perusahaan yang memiliki kompetensi di industri *mobile digital*, sebagai peluang besar untuk meningkatkan perekonomian bangsa dengan menghubungkan perbankan dengan masyarakat yang belum terlayani perbankan.

Saat ini, m-STARS sedang mengembangkan produk Bilyet VOX, sebuah layanan transaksi *mobile*, yang berbasis konsep *branchless banking*. Salah satu segmen yang ingin dicapai Bilyet VOX di awal adalah mahasiswa, yang menjadi generasi melek teknologi, sebagai *early adapters* untuk produk ini. Setelah dianalisis, belum adanya sosialisasi yang kuat terhadap konsep *branchless banking* dan belum ditemukannya *value proposition* yang tepat untuk mahasiswa menjadi akar masalah dari pemasaran Bilyet VOX.

Dalam Proyek Perbaikan ini, penulis mengajukan pengembangan rencana pemasaran dengan menonjolkan atribut “kemudahan penggunaan” dan “tampilan yang sesuai” yang berdasarkan hasil riset terhadap mahasiswa. Manfaat dari rencana pemasaran ini adalah peningkatan *brand awareness* yang signifikan dan mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap Bilyet VOX. Tentunya manfaat yang didapatkan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

EXECUTIVE SUMMARY

Technology in banking industry has been developing rapidly and came up with the newest concept, which is branchless banking, the integration between mobile banking and agent banking. This concept aims to serve the unbanked and under banked, furthermore it has a great potentiality in Indonesia. The concept's arrival is captured by m-STARS, a company which adept in mobile digital industry, as a huge opportunity to escalate the country's economy by being the hub between banks and the unbanked.

Currently, m-STARS is working on Bilyet VOX, a mobile transaction service, which based on the branchless banking concept. One of the segmentation that Bilyet VOX aims is the college student, who is aware of technology, to be the early adaptors. Once analyzed, the root cause of Bilyet VOX marketing are public's unknowing of branchless banking concept and the right value proposition for college students.

In this Project Improvement, the author proposes a developed marketing plan which underlining "usage easiness" and "the proper user interface" based on research of college students. The objectives of this marketing plan are to leverage the brand awareness significantly and to gain loyal customer of Bilyet VOX. Surely the greater benefits it brings compared to the costs.