



Universitas Mercubuana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Muhammad Dwi Rizkiandi  
44311110134

Implementasi *Personal Selling* PT. Bank Syariah Mandiri Regional Bogor Dalam Menjual Produk Pembiayaan KPR Periode 2012-2013

Jumlah halaman : v + 80 halaman, + 8 lampiran

Bibliografi : 18 acuan, 2000-2013

### ABSTRAK

Persaingan perbankan di Indonesia pun menjadi hal yang menarik untuk dicermati dan dianalisis, persaingan ini dalam aspek penjualan dimana masing-masing bank berusaha menarik nasabah baru. Bank Syariah Mandiri sebagai bank swasta yang telah berkembang dalam hal pembiayaan KPR. Pencapaian itu terdorong karena adanya implementasi penjualan secara personal, sehingga penulis tertarik untuk meneliti “Implementasi *Personal Selling* PT. Bank Syariah Mandiri Regional Bogor Dalam Menjual Produk Pembiayaan KPR Periode 2012-2013.”

Tinjauan Pustaka dari penelitian ini terdiri atas komunikasi pemasaran sebagai elemen inti kegiatan penjualan, bauran komunikasi, bauran komunikasi pemasaran, penerapan *personal selling*, pengertian *personal selling*, kelemahan dan kelebihan *personal selling*, proses *personal selling*, sifat-sifat *personal selling*, prinsip-prinsip *personal selling*, langkah-langkah *personal selling*, dan pengaruh *personal selling* terhadap penjualan. Berdasarkan penelitian penulis implementasi *personal selling* yang sesuai dengan penjualan pembiayaan KPR Bank Syariah Mandiri Divisi *Consumer Financing Business Office*.

Penulisan ini dilakukan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Sebagai objek penelitiannya adalah PT Bank Syariah Mandiri Divisi *Consumer Financing Business Office*. Data-data diperoleh dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan narasumber yang berkompeten dan dilengkapi dokumen dari perusahaan serta studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian yang didapat bahwa penjualan fasilitas pembiayaan KPR PT Bank Syariah Mandiri Divisi *Consumer Financing Business Office* melakukan *Prospecting*, *Targeting*, *Servicing*, *Presentation* dan *Servicing* untuk menjual produk pembiayaan KPR. Implementasi *personal selling* yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Divisi *Consumer Financing Business Office* adalah dengan melakukan kunjungan perusahaan dan perjanjian kerjasama dengan developer perumahan. Strategi *personal selling* ini dilakukan untuk penjualan produk KPR dan sebagai upaya meningkatkan penjualan.