



Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication And Advertising

Rafly Alif Ulama (44316110059)

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jasa KPR BTN iB di Bank Tabungan Negara Syariah Jakarta Harmoni Tahun 2018

Jumlah halaman: 81 halaman

ABSTRAK

Perkembangan Perbankan Syariah maupun Konvensional berkembang sangat pesat di Indonesia. Produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) di masyarakat tidak lagi hanya terfokus ke Bank Tabungan Negara Syariah, akan tetapi saat ini banyak Bank lain yang mengeluarkan produk jasa KPR yang tidak kalah menguntungkan bagi nasabahnya dan saling bersaing dalam memasarkan produk jasa KPR. Oleh karena itu diperlukan Strategi Komunikasi Pemasaran agar dapat memberikan kebutuhan akan informasi KPR di masyarakat dan juga menarik minat masyarakat, sehingga dapat meningkatkan pembelian produk jasa KPR tersebut.

Penelitian ini membahas tentang Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jasa KPR BTN iB di Bank Tabungan Negara Syariah Jakarta Harmoni Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan kasus ini adalah melalui wawancara dengan narasumber yang terkait, observasi, dan dokumentasi. Waktu yang dibutuhkan untuk pengumpulan data adalah 4 bulan dengan analisis keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menyatakan bahwa segmentasi dari BTN Syariah adalah pria/wanita single/berkeluarga usia 25-35 tahun dengan berbagai tingkat ekonomi yang berdomisili di Kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). BTN Syariah Jakarta Harmoni menetapkan tujuan komunikasi pemasarannya, yaitu menjadikan BTN Syariah Jakarta Harmoni sebagai cabang kelas utama di Indonesia. Tim Marketing BTN Syariah Jakarta Harmoni mengembangkan program komunikasi pemasaran terpadu dengan cara memilih media komunikasi pemasaran yang tepat, seperti periklanan/advertising melalui media cetak surat kabar, dan media sosial, pemasaran langsung/direct marketing, mengadakan event-event kecil maupun besar yang berbeda-beda di setiap bulannya, serta adanya event unggulan yaitu Indonesia Properti Expo.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah dalam mencapai tujuan strategi komunikasi pemasaran pada produk jasa KPR BTN iB. pada implementasinya strategi komunikasi pemasaran Tim pembiayaan KPR terbukti telah berhasil dalam meningkatkan penjualan produk jasa KPR BTN iB di tahun 2018.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Implementasi



Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication And Advertising

Rafly Alif Ulama (44316110059)

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jasa KPR BTN iB di Bank Tabungan Negara Syariah Jakarta Harmoni Tahun 2018

Total Pages: 81 Pages

ABSTRACT

The development of Islamic Banking and Conventional Development is very rapid in Indonesia. Housing loan products in the community are no longer only focused on BTN Banks, but at present many other Banks are issuing mortgage products that are no less profitable to buy their products and compete with each other in marketing mortgage products. Therefore a Marketing Communication Strategy is needed in order to be able to provide mortgage information in the community and also attract public interest, so that it can increase the purchase of mortgage products.

BTN iB Mortgage Services at BTN Syariah Jakarta Harmoni 2018. This study discusses the Marketing Strategy for BTN iB Mortgage Service Marketing in Jakarta.

The data collection technique used in this report is through interviews with relevant sources, observation, and documentation. The time needed to collect data is 4 months by analyzing the validity of the data using source triangulation.

BTN Syariah is single men / women / families aged 25-35 years with various economic levels domiciled in the cities of Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek). BTN Syariah Jakarta Harmoni sets its marketing communication goals, namely making BTN Syariah Jakarta Harmoni as the main class branch in Indonesia. Marketing Jakarta Syariah Harmony BTN Team develops an integrated marketing communication program by choosing the right marketing communication media, such as advertising / advertising through newspaper print media, and social media, direct marketing / direct marketing, holding different small and large events different every month, there is also an event called the Indonesia Property Expo.

The conclusion in this study is in achieving the objectives of the marketing communication strategy on BTN iB KPR service products. in the implementation of the marketing communication strategy the KPR Team has proven to have succeeded in increasing the sales of BTN iB KPR products in 2018.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Implementation,