



**STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM MENDUKUNG PENINGKATAN
DANA PIHAK KETIGA**

(Studi Kasus pada PT Bank DKI Khusus Cabang Bandung)

JURNAL TESIS

Dimas Tetuko Abdi Rahardjo

**UNIVERSITAS
55214110067**

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

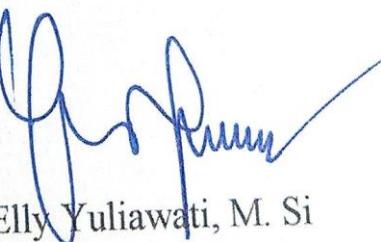
2016

LEMBAR PENGESAHAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Dimas Tetuko Abdi Rahardjo
2. NIM : 55214110067
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Marketing Komunikasi
6. Judul : Strategi *Personal Selling* Dalam Mendukung
Peningkatan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus "Bank
DKI" Cabang Khusus Bandung)

Jakarta, 28 Juli 2016

Dosen Pembimbing,



Dr. Elly Yuliawati, M. Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TANDA LULUS SIDANG

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Judul | : Strategi <i>Personal Selling</i> Dalam Mendukung
Peningkatan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus “Bank
DKI” Cabang Khusus Bandung) |
| 2. Nama | : Dimas Tetuko Abdi Rahardjo |
| 3. NIM | : 55214110067 |
| 4. Jenjang Pendidikan | : Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | : Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | : Marketing Komunikasi |
| 7. Tanggal | : 31 Agustus 2016 |

Jakarta, 31 Agustus 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M. Si

(.....)

2. Pengaji Ahli
Dr. Henni Gusfa , M. Si

(.....)

3. Pembimbing
Dr. Elly Yuliawati, M. Si

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Judul | : Strategi <i>Personal Selling</i> Dalam Mendukung
Peningkatan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus “Bank
DKI” Cabang Khusus Bandung) |
| 2. Nama | : Dimas Tetuko Abdi Rahardjo |
| 3. NIM | : 55214110067 |
| 4. Jenjang Pendidikan | : Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | : Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | : Marketing Komunikasi |
| 7. Tanggal | : 31 Agustus 2016 |

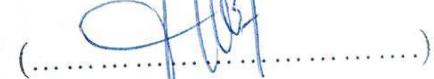
Jakarta, 31 Agustus 2016

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M. Si



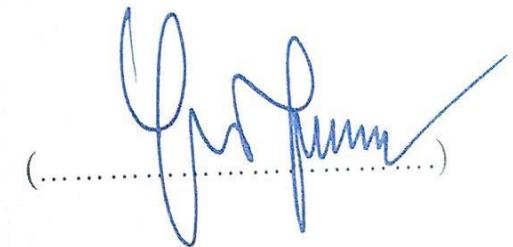
(.....)

2. Pengaji Ahli
Dr. Henni Gusfa , M. Si



(.....)

3. Pembimbing
Dr. Elly Yuliawati, M. Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi *Personal Selling* dalam Mendukung Peningkatan Dana
Pihak Ketiga (Studi Kasus “Bank DKI” Cabang Khusus
Bandung)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Dimas Tetuko Abdi Rahardjo

Nim : 55214110067

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 31 Agustus 2016

Mengesahkan,

Pembimbing

Dr. Elly Yuliawati, M. Si

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Nur Kholisoh, M. Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi *Personal Selling* Dalam Mendukung Peningkatan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus “Bank DKI” Cabang Khusus Bandung)

Nama : Dimas Tetuko Abdi Rahardjo

NIM : 55214110067

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 28 Juli 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Juli 2016



DIMAS TETUKO ABDI R

KATA PENGANTAR

Assalamulaikum Wr Wb.

Peningkatan dan perkembangan pelayanan jasa keuangan (perbankan) berkembang begitu cepat dengan persaingan antar Bank yang ada di Indonesia. Jasa pelayanan perbankan berusaha meningkatkan kinerjanya dan bertujuan untuk mencapai pencapaian laba yang baik dengan *perfomance* yang dipercaya oleh masyarakat selaku Nasabah. Beragam cara dan strategi untuk meningkatkan kinerjanya agar produk yang dimiliki Bank dapat diminati oleh nasabah pada saat produk bank tersebut ditawarkan atau dijual. Produk yang ditawarkan bank pada dasarnya sama yakni produk dalam bentuk penyaluran dana (*landing*) yakni berupa kredit atau pinjaman dan produk penghimpunan dana (*funding*) yaitu berupatabungan, deposito, giro serta lainnya yang dalam istilah perbankan disebut Dana Pihak Ketiga (DPK).

Peneliti melihat dan mencermati adanya perkembangan yang baik dari Bank DKI sehingga memutuskan untuk melakukan penelitian pada salah satu cabang Bank DKI di Bandung. Bank DKI Cabang khusus Bandung sebagai salah satu cabang Bank DKI diluar daerah Jakarta yaitu milik pemerintah DKI Jakarta yang melakukan aktifitas operasional kerja bersaing dengan Bank- Bank yang ada di Bandung tidak hanya dalam segi penyaluran dana tetapi juga pada penghimpunan dana. Fokus penelitian ini diarahkan pada strategi penghimpunan dana oleh Bank DKI cabang khusus Bandung, dimana salah satu cara memaksimalkan peningkatan dana pihak ketiga menggunakan suatu strategi yaitu strategi *personal selling*. Dari hasil penelitian terlihat bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan oleh Bak DKI Cabang Khusus Bandung dalam mendukung peningkatan dana pihak ketiga dengan cukup memberikan hasil yang baik.

Dalam melakukan penelitian dilapangan peneliti berhadapan langsung dengan kendala yang memang diketahui bahwa usaha jasa keuangan perbankan sangat memiliki kerahasiaan perusahaan Bank DKI Cabang Khusus Bandung. Namun peneliti mengucap syukur alhamdulillah atas terselesainya tesis ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Dosen Pembimbing I yang telah memberikan sumbangsih dan saran dalam proses penyelesaian tesis ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan juga kepada Bapak Direktur Program Pascasarjana Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku direktur program pascasarjana.

Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Siselaku dosen pembimbing saya

Terkhusus ucapan terimakasih saya sampaikan kepada :

- Bapak dan mama yang telah memberikan support dan doa yang sangat luar biasa.
- Para sahabat, teman keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
- Dr. Moch Arief Setiawan SpPD dan dr. Agung Sabariyah selaku Ayah dan Ibu di Jakarta yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sampai saya lulus.
- Mas Erfin dan mba ery selaku kakak tercinta terimakasih untuk doa dan supportnya.
- Bapak dan Ibu dosen yang telah bebaik hati mengajar atau mentransfer ilmu yang dimiliki berserta staff administrasi pascasarjana ilmu komunikasi yang memberikan kemudahan dan bersikap kooperatif selama peneliti mengikuti kuliah di Universitas Mercu Buana.
- Teman- teman kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan melakukan diskusi-diskusi ilmiah selama saya melakukan kegiatan perkuliahan
- Pemimpin PT Bank DKI KCP Bintaro Bpk. H Endang Benny, beserta wakilnya Bu Nita Chairita serta teman-teman sekerja yang dengan kerelaan hati turut memberikan dorongan dalam penyelesaian studi ini.

Akhir kata ada pepatah yang mengatakan “ Tak ada gading yang tak retak” Karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Saya sangat menyadari banyak kelemahan atas tesis ini untuk itu kritik dan saran akan saya terima dengan kesungguhan dan keikhlasan hati.

Wassalamualaikum Wr.Wb



DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Perpustakaan Universitas Mercu Buana
Kampus B Menteng Gedung Tedja Buana
Jl. Menteng Raya No.29 Jakarta Pusat
Telp : 021-31935454 ext. 4418

Lembar Pengesahan Persetujuan Sidang	ii
Lembar Pengesahan Tanda Lulus Sidang.....	.iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tesis.....	.iv
Lembar Pengesahan Tesis.....	v
Pernyataan	vi
Abstrack.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Penelitian	1
1.1.1 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	12
1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.2.1 maksud Penelitian.....	12
1.2.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.3 Manfaat penelitian	13
1.3.1 Manfaat Akademik	13
1.3.2 Manfaat Praktis.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel .1 Matrik Penelitian Terdahulu	
2.1.2 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.1.2.1.1 Pengertian Strategi.....	17
2.1.2.1.2 Teori Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.2.1.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
2.1.2.1.4 <i>Personal Selling</i>	25
2.1.2.1.5 <i>Personal Selling</i> dalam Komunikasi Penjualan.....	29
2.1.2.1.6 Segmentasi Pasar	33
2.2 Kerangka Pemikiran	38

Tabel II : Skema Kerangka Pemikiran

Perpustakaan Universitas Mercu Buana
 Kampus B Menteng Gedung Tedja Buana
 Jl. Menteng Raya No.29 Jakarta Pusat
 Telp : 021-31935454 ext. 4418

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek Pengkajian	40
3.2 Paradigma Penelitian	40
3.3 Metode Penelitian	41
3.4 Definisi Konsep	43
3.5 Key Informan.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.1 Data Primer.....	46
3.6.2 Data Sekunder.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank DKI	51
4.1.1 Visi dan Misi Bank DKI.....	55
4.2 Strategi <i>Personal Selling</i> dalam Perbankan.....	57
4.3 Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	65
4.4 Nilai – nilai budaya kerja Bank DKI	66
4.5 Produk – Produk Bank DKI.....	70
4.6 Struktur Organisasi PT Bank DKI Khusus Cabang Bandung	76
4.7 Perfomance Informan	79
4.8 Keberadaan Bank DKI Khusu Cabang Bandung.....	82
4.9 Tiga Strategi Personal Selling PT Bank DKI Khusus Cabang Bandung.....	84
4.10 Pembahasan	90

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	104

DAFTAR PUSTAKA.....	106
----------------------------	-----

LAMPIRAN HASIL PENELITIAN DILAPANGAN	111
---	-----