



Universitas Mercu Buana
 Fakultas Ilmu Komunikasi
 Bidang Studi Marketing Komunikasi
 Chandrawati
 44310110129

Pelaksanaan Personal Selling Bank Mega Syariah Kcp. Jatinegara Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Modal Kerja Tahun 2014.

Jumlah Halaman : 5 bab + 81 halaman + 10 Lampiran

ABSTRAK

Persaingan bisnis perbankan syariah dalam kurun waktu beberapa tahun ini semakin berkembang pesat. Hal ini membuat bisnis yang bergerak di bidang perbankan berlomba-lomba dalam mencari nasabah. Karena dari itu dibutuhkan strategi pemasaran untuk menarik calon nasabah yang baru. Bank Mega syariah menggunakan strategi *personal selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah. Fokus dari penelitian ini adalah melihat proses pelaksanaan *personal selling* yang di lakukan oleh Bank Mega Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah-nya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses pelaksanaan *personal selling* yang di lakukan Bank Mega Syariah Kcp. Jatinegara dalam meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan modal kerja tahun 2014 dengan menggunakan landasan teori proses personal selling dalam buku Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Sutisna.

Metode yang di gunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif dan tehnik yang di gunakan adalah tehnik pengumpulan data berserta hasil wawancara serta mengumpulkan data dan dokumen perusahaan.

Hasil dari penelitian ini membahas mengenai proses pelaksanaan *personal selling* yang di lakukan oleh Bank Mega Syariah Kcp. Jatinegara dalam meningkatkan jumlah nasabah, Proses *personal selling* dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu, *prospecting for costumer, opening the relationship, qualifying the prospect, presenting the sales message, closing the sales*, dan tahap yang terakhir adalah *servicing the account*.

Dari penelitian ini dapat di simpulkan bahwa dalam pelaksanaanya *personal selling* mempunyai tahapan, dan setiap tahapan memiliki keterkaitan dan pengaruh terhadap tiap tahapan. Setia tahapan memiliki point khusus yang mempengaruhi proses keberhasilan dalam melakukan *personal selling*. Komunikasi yang baik sangat di perlukan oleh seorang marekting kepada calon nasabah, karena tujuan dari *personal selling* itu sendiri adalah untuk membangun hubungan antara pemasar dengan pelanggan dan komunikasi yang baik adalah kuncinya.

Kata Kunci : Perbankan syariah, Bank, Nasabah, Personal selling, Pembiayaan



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Chandrawati
44310110129

Pelaksanaan Personal Selling Bank Mega Syariah Kcp. Jatinegara Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Modal Kerja Tahun 2014.

Jumlah Halama : 5 bab + 81 halaman + 10 Lampiran

ABSTRACT

Islamic banking business competition over a period of several years is growing rapidly. it makes business engaged in banking vying in finding customers. Because it is in need of a marketing strategy to attract potential new customers. Mega syariah banks use personal selling strategies to increase the number of customers. The focus of this study is to look at the process of implementation of personal selling in doing mega syariah bank in increasing its number of customers.

This study aims to see the implementation of personal selling in Bank Mega Syariah do KCP, Jatinegara in increasing the number of clients for working capital financing products in 2014 using the theoretical basis of personal selling process in the book of consumer behavior and marketing communications, Sutisna.

The method used in this paper is qualitative methods and techniques used are data collection techniques along with the interview as well as collect data and corporate documents.

The results of this study to discuss the implementation of personal selling process will be undertaken by Bank Mega Syariah KCP Jatinegara in increasing the number of customers in 2014. The personal selling process is done in several stages, namely, prospecting for customer, opening the relationship, qualifying the prospect, presenting the sales message, closing the sales, and the last stage is servicing the account.

From this study it can be concluded that the implementation of personal selling has phases, and each phase has a relationship and influence on each stage. Each stage has a particular point that affects the process of success in doing personal selling. Good communication is needed by a marketing to potential customers, because the purpose of personal selling itself is to establish a relationship between the customer and the marketer with good komunikasi is the key.

Keywords: Islamic banking, Bank, Customer, Personal selling, Financing