

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Layla Qodriah Nur Indriana (20120530131)

Strategi Promosi PT Bima Multi Finance Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Memilih Layanan Jasa Pembiayaan Tahun 2015

Tahun 2016 + 151 Halaman + 13 Lampiran

Daftar Pustaka : 17 Buku + 2 Jurnal + 4 Internet + Data Perusahaan

Semakin banyaknya perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pembiayaan (*finance*) menimbulkan persaingan bisnis antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembiayaan memiliki banyak tantangan yang harus dihadapi, diantaranya yaitu, bagaimana langkah-langkah strategi promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan awal dari perencanaan promosi tersebut serta berjalan secara efektif dan efisien untuk menarik minat konsumen sesuai dengan sasaran yang dituju. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi promosi yang tepat supaya perusahaan dapat menginformasikan jasa kepada para calon konsumen, dapat menarik minat konsumen untuk memutuskan memakai jasa layanan dari perusahaan, dapat mengetahui selera konsumen. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Promosi PT Bima Multi Finance Yogyakarta dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Memilih Layanan Jasa Pembiayaan Tahun 2015”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian berada di Kantor Cabang PT Bima Multi Finance, Jl. Godean KM 7,5 Yogyakarta. Informan peneliti adalah Manajer Pemasaran, Manajer kantor cabang, dan konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melaksanakan strategi promosi, PT Bima Multi Finance melakukan pembagian segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Kemudian dilanjutkan dengan langkah-langkah promosi yaitu, iklan, menyaring penanya dan *follow up* konsumen, serta menggunakan bauran promosi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan informasi dari mulut ke mulut. Sampai saat ini, strategi promosi yang digunakan cukup berhasil, hal ini dilihat dari meningkatnya grafik konsumen disetiap bulannya selama tahun 2015.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Jasa Pembiayaan, Minat Konsumen

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Political and Social Science

Department of Communication

Layla Qodriah Nur Indriana (20120530131)

The Promotion Strategy of PT. Bima Multi Finance Yogyakarta to Attract the Consumers Interest to Choose the Financial Services in 2015

Year 2016 + 151 Pages +13 Enclosure

References : 17 Books + 2 Journals + 6 Websites + Data of Company

As the time grows, the private companies which engaged in the field of financial services has grown specifically which is causing business competition between one company and another companies. In a company which engaged in the field of financial services has many challenges to be faced, among them are, how the company makes a few step of the promotion strategy to achieve the original purpose of planning the promotion and running effectively to consumer interest as the company targeted. Therefore, the company should have the appropriate promotional strategies so that the company can inform services to prospective customers, able to attract customers to decide to use the services of the company, could know the customers taste. Based on that, the researcher quite interested in conducting the research with the title "The Promotion Strategy of PT. Bima Multi Finance Yogyakarta to Attract the Consumers Interest to Choose the Financial Services in 2015". The method of this research is Descriptive with the qualitative approach. The location of this research is at Branch Offices of PT Bima Multi Finance, Jl. Goden KM 7,5 Yogyakarta. The informant of this research is The Marketing Manager itself, Manager of the Branch Offices, and also the consumers. The methods of collecting the data itself, the researcher using interviews method and also documentation. The technique of data analyze using gathered data reduction, data presentation, and conclusion.

The result of this thesis, shows that in order to run the promotion strategy of PT. Bima Multi Finance, they have to dividing the segmentation, targeting and positioning. Then proceed with the steps such as, advertising, refine the questioner and follow up the consumer, as well as using a mix of promotional advertising, sales promotion, individuals sales, and information from mouth to mouth. Until now, the promotion strategy which being used is quite successful, it is seen from the rising graph of consumers every month during 2015.

Keyword : Promotion Strategy, Financing Service, Consumer Interest