

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

(Analisis Deskriptif-Kualitatif Mengenai Strategi Promosi PT Bima Multi Finance Yogyakarta dalam Menarik Minat Beli Konsumen Memilih Jasa Pembiayaan)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

LAYLA QODRIAH NUR INDRIANA

20120530131

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 14 November 2016
Tempat : Ruang Rapat Jurusan Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Aswad Ishak, S.IP., M.Sc.

Penguji I

Penguji II

Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA.

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana (S-1) pada tanggal

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Layla Qodriah Nur Indriana
NIM : 20120530131
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Promosi PT Bima Multi Finance Yogyakarta
Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Memilih Jasa
Pembiayaan Tahun 2015.

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari hasil karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 14 November 2016

Layla Qodriah Nur Indriana

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, serta tak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan Judul “Strategi Promosi PT Bima Multi Finance Yogyakarta dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Memilih Jasa Pembiayaan Tahun 2015”. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada Tahun 2016. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas Limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Cipto, MA. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. Selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas nasihat, arahan, saran serta perbaikan yang berguna bagi penulis dan

kesabaran bapak dalam membimbing saya selama proses penulisan skripsi ini.

5. Dosen penguji Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA. dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. Terimakasih telah memberikan masukan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi dan Staff Komunikasi, Mbak Siti, Pak Jono, Pak Mur. Terimakasih sudah banyak membantu dalam memberikan informasi serta doa dan dukungannya selama proses penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Saya mengucapkan banyak terimakasih.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan. Semoga persembahan ini dapat selalu memberikan manfaat kedepannya.

Yogyakarta, November 2016
Penulis

Layla Qodriah Nur Indriana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak lupa ucapan terima kasih saya kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta. Terima kasih banyak buat bapak dan ibu yang selama ini sudah merawat, mendidik, memberikan kasih sayang, mendoakan serta menjadi motivasi terbesar dalam hidup Ela untuk terus berjuang mengejar cita-cita dan menjadi seorang pribadi yang lebih baik.
I Love You for Eternity
- ❖ Seluruh keluargaku tercinta. Terimakasih Saudara-saudaraku atas dukungan dan doa kalian yang begitu tulus untuk kelancaran adikmu ini, buat Mas Wahyu, Mbak Nita, Mbak Indri, Mbak Dian, Mas Lukman, Mas Burhanudin. Tak lupa juga buat ponakan-ponakan tersayangku Anggun, Rangga, Kanaya, Bisma, Aqila, Niti. Thankyou for everything
- ❖ Sahabatku tercinta yang selalu menyemangati dan mendengarkan keluh kesah Laylamu. Terimakasih buat Safitri Maya Nastiti, yang selalu kasih semangat buat bareng melanjutkan ke S2, Bismillah semoga tercapai ya keinginan-keinginan kita. I Love You
- ❖ Teman Bicara. Buat Mak-Makku tersayang Rani, Umi, Amel, Kika, Uut, Heri terimakasih banyak udah mau mengisi hari-hari Layla selama di Jogja, tanpa kalian hariku pasti gak akan berwarna (sorry lebay), terus jadi kesayanganku ya, maaf kalau selama ini aku ada salah sama kalian. Aku cinta dan sayang sama kalian.
- ❖ Ligo Azzahra. Terimakasih buat temen-temen liqo yang udah membawa dan menuntun Layla untuk selalu memperbaiki diri dan akhlaq.

Terimakasih atas bimbingannya selama ini, semoga silaturahmi kita tetap terjaga. Amiiin

- ❖ Temen Kost. Terimakasih Desi dan Reni, dua sejoli yang selalu meramaikan kostsan, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini.
- ❖ Mbak Kantin. Terimakasih ya mbak selama ini udah semangat banget nyuruh Layla cepet kelarin skripsi dan wisuda. Terimakasih banyak buat doa dan dukungannya.
- ❖ Terimakasih Yogyakarta, You Will be Missed.
- ❖ Rilo Bagaskoro. Thankyou ya udah ikut berpartisipasi dalam membantu terselesaikannya skripsiku haha...
- ❖ Kak Suci Rahmadani N. Makasih juga buat kakak cantik satu ini yang turut membantu mengoreksi dan menyemangatiku.

MOTTO

*So believe in Allah and His Messenger and The Qur'an
which We have sent down. And Allah is Acquainted
with what you do. (Quran, 64:8)*

*To think easy. To act is hard. But the hardest thing in the
world is to act in accordance with your thinking.
(Johan von Goethe)*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Kajian Teori	12
1.5.1. Strategi Promosi	12
1.5.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	32
1.5.3. Minat Konsumen.....	35
1.5.4. Metode Penelitian.....	44
1.5.5. Jenis Penelitian.....	44
1.5.6. Objek Penelitian	45
1.5.7. Waktu dan Lokasi Penelitian	45
1.5.8. Jenis Data	45
1.5.9. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1.5.10. Teknik Analisis Data.....	48

BAB II SEJARAH DAN PROFIL PERUSAHAAN	50
2.1. Sejarah Perusahaan	50
2.2. Visi dan Misi.....	52
2.3. Nilai-Nilai Budaya Perusahaan.....	53
2.4. Logo	54
2.5. Motto.....	54
2.6. Struktur Organisasi	56
2.7. Sumber Daya Manusia	63
2.8. Fasilitas Karyawan.....	66
2.9. Kegiatan Perusahaan	67
2.10. Jenis Pelayanan	68
2.11. Tata Kelola Perusahaa.....	69
2.12. Promosi	70
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	74
3.1. Sajian Data	74
3.1.1. Menentukan Segmentasi Pasar, <i>Targeting</i> , <i>Possitioning</i>	75
3.1.2. Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa	90
3.1.3. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	99
3.1.4. Minat Konsumen	105
3.2. Pembahasan (Promosi Terhadap Minat)	114
3.2.1. Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Possitioning</i>	115
3.2.2. Langkah Pengembangan Promosi Guna Menarik Minat	119
3.2.3. Analisis Indikator Minat Konsumen	137
3.2.4. Model Pengambilan Keputusan	141
3.2.5. Evaluasi Promosi.....	143
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	150
4.1. Kesimpulan	150
4.2. Saran	151
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Penghargaan BMF Pusat	3
Tabel 1.2 Red Ocean Vs. Blue Ocean.....	4
Tabel 1.3 Strategi Promosi BMF	6
Tabel 1.4 Data Peningkatan Konsumen	7
Tabel 1.5 Data Tonggak Pencapaian BMF	8
Tabel 1.6 Data Kantor Cabang BMF	9
Tabel 1.7 Mapping Kajian Teori.....	43
Tabel 2.1 Jenis Pelayanan	68
Tabel 3.1 Persentase Keberhasilan Promosi	75
Tabel 3.2 Data Kerjasama Dengan Dealer	81
Tabel 3.3 Tingkat Pemakaian Konsumen	82
Tabel 3.4 Data Jadwal Kegiatan.....	94
Tabel 3.5 Perangkat Promosi	97
Tabel 3.6 Data Peningkatan Konsumen	98
Tabel 3.7 Matriks Analisis SWOT.....	103
Tabel 3.8 Indikator Promosi.....	110
Tabel 3.9 Daftar Key-Informan.....	111
Tabel 3.10 Daftar Konsumen yang Diwawancara	112
Tabel 3.11 Matriks Analisis SWOT.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat-Target Promosi Merek	20
Gambar 1.2 Decision-Making Model	40
Gambar 2.1 PUAS.....	53
Gambar 2.2 Bima Hebat.....	53
Gambar 2.3 Logo Bima Finance	54
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Bima Finance	55
Gambar 2.5 Bima Academy	64
Gambar 2.6 Brosur	70
Gambar 2.7 Brosur	71
Gambar 2.8 Reward Konsumen	71
Gambar 2.9 Reward Konsumen	72
Gambar 2.10 Payment Points	72
Gambar 2.11 Payment Points	73
Gambar 2.12 Transaksi Payment Points Kantor Pos	73
Gambar 3.1 Format Pesan Iklan Koran Tribun Jogja	92
Gambar 3.2 Brosur	93
Gambar 3.3 Surat Keterangan Perjanjian.....	95
Gambar 3.4 Kartu Debitur.....	96
Gambar 3.5 Segmentasi	119
Gambar 3.6 Komponen Sikap.....	120
Gambar 3.7 Kartu Nama	125
Gambar 3.8 Simpanan Multi Guna	127
Gambar 3.9 Pinjam Dana	128