Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) Oleh BCA Veteran Surabaya Untuk Menarik Minat Nasabah

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:
Ivaldo Suharnoko
NBI. 1151900060

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) Oleh BCA Veteran Surabaya Untuk Menarik Minat Nasabah

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:
Ivaldo Suharnoko
NBI. 1151900060

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Ivaldo Suharnoko**

NBI : **1151900060**

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) Oleh BCA Veteran Surabaya Untuk Menarik Minat Nasabah**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120.87.0103

Surabaya, 3 Juli 2023
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med. Kom
NPP. 20150180777

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 03 Juli 2023

Dewan Penguji :

1. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom** ( )
   Ketua
2. **Maulana Arief, S. Sos., M.I. Kom** ( )
   Anggota
3. **Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom** ( )
   Anggota

Mengesahkan
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ivaldo Suharnoko

NBI : 1151900060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) Oleh BCA Veteran Surabaya Untuk Menarik Minat Nasabah

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar merupakan karya ilmiah saya pribadi dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Apabila terbukti bahwa peneliti mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah milik orang lain tersebut, maka akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Jika di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersdia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran penuh

Surabaya, 03 Juli 2023

Yang Menyatakan.

(Ivaldo Suharnoko)

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: IVALDO SUHARNOKO
NBI/ NPM	: 1151900060
Fakultas	: ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi	: ILMU KOMUNIKASI
Jenis Karya	: Skripsi/ ~~Tesis~~/ ~~Disertasi~~/ ~~Laporan Penelitian~~/~~Praktek~~*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PROGRAM KREDIT KENDARAAN BERMOTOR (KKB) OLEH BCA VETERAN SURABAYA UNTUK MENARIK MINAT NASABAH

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Pada tanggal : 3 JULI 2023

(....IVALDO....SUHARNOKO....)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang menawarkan beragam program perbankan, termasuk program Kredit Kendaraan Bermotor (KKB). Persafingan di industri perbankan semakin ketat, dengan banyak bank lain yang juga menyediakan program serupa. Oleh karena itu, BCA perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk tetap unggul di antara pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas pemasaran BCA dalam menarik minat nasabah dengan menerapkan teori Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara menggunakan teknik *purposive sampling*. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber data. Dalam upaya menarik minat nasabah, BCA telah melakukan berbagai kegiatan pemasaran, termasuk membangun *awareness* melalui pameran expo, memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran, serta melakukan penjualan langsung dengan memberikan brosur, kartu undangan, voucher, dan cashback khusus. Meskipun demikian, BCA harus terus meningkatkan strategi komunikasi pemasarannya di masa depan. Hal ini dikarenakan bisnis dan pemasaran selalu mengalami perubahan yang dinamis.

Kata Kunci: Bank Central Asia (BCA), Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu, Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)

ABSTRACT

Bank Central Asia (BCA) is one of the largest private banks in Indonesia that offers various banking programs, including the Motor Vehicle Credit (KKB) program. The competition in the banking industry is intensifying, with many other banks also providing similar programs. Therefore, BCA needs to develop effective strategies to remain competitive among its rivals.

This research aims to describe BCA's marketing activities in attracting customer interest by applying the Integrated Marketing Communication (IMC) theory. The research adopts a qualitative descriptive method, with data collection through observation and interviews using purposive sampling technique. Data validation is conducted through triangulation of data sources. In an effort to attract customer interest, BCA has implemented various marketing activities, including building awareness through expo exhibitions, utilizing social media to expand marketing reach, and engaging in direct sales through the distribution of brochures, invitation cards, special vouchers, and cashback offers. However, BCA needs to continuously enhance its marketing communication strategies in the future due to the dynamic nature of business and marketing.

Keywords: **Bank Central Asia (BCA*), Integrated Marketing Communication Strategy, Motor Vehicle Loans (KKB*)**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya, peneliti dapat memperoleh kelancaran untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Kredit Kendaraan Bermotor(KKB) oleh BCA Veteran Surabaya Untuk Menarik Minat Nasabah".

Tanpa adanya bantuan yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa serta dukungan serta bentuk doa maupun ucapan dalam bentuk motivasi dari orang disekeliling peneliti, tugas akhir ini belum tentu dapat berjalan dengan baik dan lancar sampai dengan akhir. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat memberikan ilmu baru dan referensi bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian serupa.

Akhir kata peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam penulisan nama, tempat, gelar dan lain-lain. Peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini namun peneliti tetap berharap agar penelitian ini bermanfaat bukan hanya bagi peneliti melainkan juga bagi para pembacanya.

Surabaya, 15 Juni 2023

Peneliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini berjalan dengan tidak begitu mulus, ada beberapa kendala yang terjadi selama proses pengerjaan tugas akhir berlangsung. Kendati demikian, peneliti tetap mengucap syukur dan berterima kasih kepada beberapa pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses kuliah yang ditempuh selama kurang lebih empat tahun dan selama pengerjaan tugas akhir berlangsung. Pihak-pihak tersebut diantaranya adalah:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas tuntunan dan berkat-Nya dalam segala aspek kehidupan saya, yang utama pendidikan sehingga segala sesuatu yang saya kerjakan diberi kelancaran dan kemudahan.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadhon, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom., selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
5. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA., selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
6. Segenap dosen dan seluruh civitas akademik yang senantiasa telah membantu peneliti dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat serta dalam membantu pelayanan administrasi.
7. Keluarga yang peneliti cintai, yaitu mama Anna, koko Ivan, cece Ino, Adel yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan semangat dalam bentuk materi maupun non materi, serta doa dan kasih sayang kepada peneliti.
8. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan sekaligus sahabat selama di perkuliahan Ilmu Komunikasi seperti Sella, Dien, Teguh, Aldino, Junior, Hadi, Adit, dan teman-temanku semuanya.
9. Terima kasih untuk seluruh pihak yang sudah hadir dalam kehidupan peneliti.

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI i
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vii
UCAPAN TERIMA KASIH viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Pertanyaan penelitian 4
1.3 Tujuan penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.4.1 Manfaat Teoritis 4
1.4.2 Manfaat Praktis 5
BAB II 7
2.1 Penelitian terdahulu 7
2.2 Critical Review 9
2.3 Landasan Teori 10
2.3.1 Komunikasi Interpersonal 10
2.3.2 Komunikasi Persuasif 12
2.3.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu / Integrated Marketing Communication (IMC) 13

2.3.4 Integrated Marketing Communication Model 14
2.3.5 Macam-macam Strategi Integrated Marketing Communication 16
2.4 Kerangka konsep 18
2.4.1 Strategi 18
2.4.2 Promosi 19
2.4.3 Minat 20
2.4.4 Nasabah 20
2.4.5 Kerangka dasar penelitian 21
BAB III 23
3.1 Pendekatan Penelitian 23
3.1.1 Jenis penelitian 23
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian 24
3.1.3 Jenis dan Sumber Data 24
3.1.4 Teknik.Pengumpulan Data 25
3.1.5 Teknik Analisis Data 27
3.1.6 Keabsahan Data 28
BAB IV 29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 29
4.1.1 Sejarah PT. BCA 29
4.1.2 Visi dan Misi PT. BCA 30
4.1.3 Profil PT. BCA 30
4.1.4 Struktur Organisasi PT. BCA 32
4.1.5 Fasilitas Layanan 33
4.1.6 BCA Veteran Surabaya 36
4.2 Hasil Penelitian 36
4.2.1 Pengetahuan Karyawan BCA Veteran Surabaya Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu 36
4.2.2 Strategi Pemasaran Yang Digunakan BCA Veteran Surabaya 37
4.2.3 Advertising Untuk Menarik Minat Nasabah Terhadap Layanan Kredit Kendaraan Bermotor 38

4.2.4 Public Relation Untuk Menarik Minat Nasabah Terhadap Layanan Kredit Kendaraan Bermotor 40
4.2.5 Promosi Penjualan (sales promotion) Untuk Menarik Minat Nasabah Terhadap Layanan Kredit Kendaraan Bermotor 42
4.2.6 Pemasaran Langsung (direct marketing) Untuk Menarik Minat Nasabah Terhadap Layanan Kredit Kendaraan Bermotor 44
4.2.7 Pernyataan Nasabah yang Menggunakan Fasilitas Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)..... 45
4.3 Pembahasan..... 46
BAB V..... 53
5.1 Kesimpulan 53
5.2 Saran..... 53
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN..... 58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 2.2 Kerangka Konsep 21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Central Asia Tbk 32
Gambar 4.2 Iklan billboard di depan Gedung Grahadi Surabaya 48
Gambar 4.3 Promosi Iklan KKB di media sosial 48
Gambar 4.4 Event BCA Expo di Ciputra World Mall Surabaya 49
Gambar 4.5 Promo spesial saat event BCA Expo berlangsung 49
Gambar 4.6 Brosur penawaran KKB dengan suku bunga rendah..... 50
Gambar 4.7 Pemasaran Langsung yang dilakukan BCA Veteran Surabaya..... 51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin Jurnal.....58
Lampiran 2 Foto Dokumentasi.....59
Lampiran 3 Format pertanyaan wawancara kepada karyawan BCA Veteran Surabaya.....61
Lampiran 4 Format pertanyaan wawancara kepada nasabah BCA Veteran Surabaya 61
Lampiran 5 Lembar Kartu Bimbingan Skripsi.....62
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....64