STRATEGI MANAJEMEN *PUBLIC RELATION* PADA DIVISI *BUSSINES DEVELOPMENT OFFICER* BANK MANDIRI CABANG BATUNUNGGAL BANDUNGDALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN MELALUI KARTU KREDIT

(Studi Deskriptif TentangStrategi Manajemen PR Pada Divisi Bussines Development Officer Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit)

ARTIKEL

Oleh,

Ririn Pertiwi

NIM : 41809174



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

B A N D U N G

2013

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

ABSTRACT

STRATEGY MANAGEMENT PUBLIC RELATIONS BUSSINES DEVELOPMENT DIVISION BANK MANDIRI BATUNUNGGAL BANDUNG IN IMPROVE CUSTOMER INTEREST THROUGH CREDIT CARD

***By*:**

Ririn Pertiwi

NIM 41809174

This research under guidance:

Arie Prasetio S.sos., M.si

The research was conducted in order to describe the Strategic Public Relations Management Bank Mandiri Batununggal Bandung in Increasing Customer Interests Through Credit Card, in relation to the theme. To analyze then broken down into four sub focus, namely through the Planning Phase, Phase Organizing, Actuating Stage, and Stage Controlling.

This study is a descriptive method with qualitative research. Data collection techniques used were interviews, documentation, literature studies, and observation. The subjects were Public Relations Management division of Bank Mandiri Branch Batununggal Bandung totaling 3 people. By using purposive sampling techniques, as determined 1 PR and 2 research informants from customers as key informants.

Based on interviews, the results obtained from the research stage of planning undertaken by the Public Relations Management Branch Bank Increases Interest In Bandung Batununggal Pelangan Through Credit Card, held an open table at the mall leading to the cooperation with food products such as in the restaurant with a discount of 25 % -50%, then more information or promotions or campaigns through print or electronic media, organizing stage conducted by the division of duties among other staff already have their respective functions that support the company's performance, and at the stage of granting discounts actuating through merchandised, and 0% interest installment which has been widely applied in various restaurant, fo and other products, and the last on controlling stage to understand the characteristics and desires of each customer's different.

How to communicate with the staff of Public Relations Management Bank Mandiri has a maximum Batununggal Bandung, with improvements in product and facility is expected to further increase customer interest in the use of credit cards.

Created with nitroPDF professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perusahaan atau lembaga apapun suatu strategi tidak dapat diabaikan dan dinilai sangat penting. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau lembaga mempunyai fungsi dan tujuannya masing-masing. Tanpa strategi masalah-masalah di dalam perusahaan akan sulit diatasi bahkan bisa berantakan karena tidak terorganisir dengan baik. Untuk itu, sebuah lembaga/perusahaan memerlukan suatu strategi dengan pemahaman dari berbagai perspektif/sumber terhadap situasi dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan/lembaga. Perumusan strategi menjadi tanggungjawab pimpinan dalam perusahaan sebagai pengambil kebijakan dan keputusan atas setiap tindakan yang akan dilakukan. Namun demikian strategi perusahaan bukan hanya urusan pada pimpinan saja, tetapi sudah menjadi urusan seluruh pihak terkait tidak ada pengecualian dalam perumusan strategi perusahaan.

Situasi seperti ini merupakan tantangan bagi Manajemen *PR* untuk menjawabnya dengan kiat atau strategi dan teknik Manajemen *PR* tertentu. Dengan kiat strategi Manajemen *PR*, ia akan mampu mengatasi situasi dan persoalan, bagaimanapun bentuknya, khususnya jika tengah berhadapan dengan suatu krisis kepercayaan, krisis manajemen, dan krisis lainnya.

Manajemen *PR* pada umumnya dianggap sebagai bagian dari strategi pemasaran organisasi. Strategi sendiri pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Individu dan organisasi memang bisa lestari tanpa Manajemen *PR*

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut, begitu pula Bank Mandiri dengan memberikan kontribusi baru kepada para pendengar melalui produk Kartu Kredit diharapkan dapat meningkatkan minat para pelanggan.

Pelanggan terdiri dari berbagai karakteristik pelanggan yang beragam, mulai golongan rumah tangga, industri, bisnis, pemerintah, sosial, serta pelanggan *very important person (VIP)* sampai pelanggan dengan kategori *very-very important person (VVIP)*.

1.2 Rumusan Masalah Mikro

Peneliti merumuskan identifikasi masalah berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana **tahap *plannning*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?
2. Bagaimana **tahap *organizing*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?
3. Bagaimana **tahap *actuating*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?
4. Bagaimana **tahap *controlling*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

II METODE PENELITIAN

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif , sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Aan Komariah yang di kutip dari bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang/jasa. (Aan Komariah, 2009:23)

Sementara itu, penelitian dengan studi deskriptif merupakan bagian dari penelitian kualitatif itu sendiri. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mengangkat berbagai fakta, keadaan, variable, dan fenomena-fenomena yang terjadi selama penelitian berlangsun dan menyajikannya apa adanya.

Penelitian deskriptif kualitatif menuturkan dan menafsirkan data yang berkenan dengan situasi yang terjadi, sikap dan pandangan yang menggejala di dalam masyarakat, hubungan antar variable, pertentangan dua kondisi atau lebih, pengaruh terhadap suatu kondisi, perbedaan antar fakta dan lain-lain.

Menurut Whitney dalam Moh. Nazir bahwa metode dekriptif adalah pencarian fakta dengan interprestasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi tertentu, termasuk dengan hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dari suatu fenomena.

Bagi penelitian kualitatif, satu-satunya realita adalah situasi yang diciptakan oleh individu-individu yang terlibat dalam penelitian. Peneliti memaparkan realita dilapangan secara jujur dan mengandalkan pada suara dan penafsiran informan.

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh beberapa ahli (Bodgan dan Taylor, 1992:5;Bodgan dan Biglen, 1990:2;Milles dan Huberman, 1994:15;Branmen, 1997:1) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif ini sangat bergantung pada pengamatan mendalam terhadap perilaku manusia dan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

lingkungannya. Orientasi kualitatif ini berupanya untuk mengungkapkan realitas persepsi yang terbentuk dikalangan pegawai, berkaitan dengan adanya produk kartu kredit Bank Mandiri.

Metode penelitian kualitatif dirasakan lebih cocok dan relevan dengan topic atau pembahasan yang akan diteliti karena menggali dan memahami persepsi yang terbentuk di kalangan pegawai terhadap adanya produk kartu kredit Bank Mandiri, seperti yang dikatakan oleh Denzin dan Lincoln.

"penelitian kualitatif memiliki focus pada banyak metode, meliputi pendekatan interpretative dan naturalistic terhadap pokok persoalannya. Ini berarti bahwa para peneliti kualitatif mempelajari segala sesuatu di lingkungan yang alami, mencoba untuk memahami untuk menafsirkan atau fenomena menurut makna-makna yang diberikan kepada fenomena tersebut oleh orang-orang. Penelitian kualitatif meliputi penggunaan dan pengumpulan berbagi bahan empiris yang diteliti penelitian kasus, pengalaman pribadi, instropektif, kisah pekerjaan, wawamcara, pengamatan, sejarah, interaksi, dan naskah-naskah visual yang menggambarkan momen-momen problematic dan pekerjaan sehari-hari serta makna yang ada dalam pekerjaan individu." (creswell, 1991 : 15)

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

III PEMBAHASAN

3. Pembahasan

Strategi Manajemen *Public Relations* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui kartu Kredit adalah dengan menggunakan tahap-tahap proses operasional Fungsi Manajemen menurut George R Terry melalui 4 tahapan yaitu :

1. *Planning* ialah perencanaan tidak lain merupakan kegiatan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai beserta cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, dan pembuatan keputusan banyak terlibat dalam fungsi ini. Penjelasan lain adalah kegiatan-kegiatan pengambilan keputusan dari sejumlah pilihan mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan di masa depan guna mencapai tujuan yang diinginkan, serta pemantauan dan penilaian atas perkembangan hasil pelaksanaannya, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.
2. *Organizing* ialah tindakan menata ulang elemen berikut satu atau lebih aturan. Dan juga merupakan suatu cara pengaturan pekerjaan dan pengalokasian pekerjaan diantara para anggota organisasi sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efisien. Proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupnya.
3. *Actuating* atau disebut juga "gerakan aksi" adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan perencanaan menejerial dan usaha-usaha organisasi. Jadi *actuating* artinya menggerakan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan dikehendaki secara efektif. Hal yang penting untuk diperhatikan adalah bahwa seorang karyawan akan termotivasi untuk mengerjakan sesuatu jika merasa yakin akan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

mampu mengerjakan, yakin bagi dirinya, tidak sedang dibebani oleh tugas yang mendesak, tugas tersebut merupakan kepercayaan bagi yang bersangkutan.

4. *Controlling* adalah salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, bila perlu mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud tercapai tujuan yang sudah digariskan semula. Dalam melaksanakan kegiatan ini, atasan mengadakan pemeriksaan, mencocokan, serta mengusahakan agar kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan serta tujuan yang dicapai.

Tahap *Planning* diharapkan bahwa Manajemen *PR* Bank Mandiri menjalankan rencana telah dibuat sebelumnya dengan menginformasikan kepada pelanggan mengenai produk Kartu Kredit yang memberikan kelebihan dan keuntungan bagi pengguna kartu kredit.

Selain itu telah terungkap juga bahwa *planning* yaitu Bank Mandiri mengadakan kerja sama dengan restoran, outlet, dan swalayan maupun toko elektronik untuk memberikan diskon kepada pengguna kartu kredit mandiri, sehingga minat dari pelanggan pun semakin meningkat.

Tahap *Organizazing* Di Bank Mandiri setiap pegawai sudah melakukan pembagian tugas sesuai dengan kemampuannya. Disini adanya kerjasama yang baik antar atasan dan bawahan sehingga untuk meningkatkan minat pelanggan itu akan mudah tercapai, dan perencanaan yang telah dibuat dapat terlaksana dan dijalankan dengan baik.

Tahap *Actuating* di Bank Mandiri yaitu kerjasama dengan banyak merchand semakin menarik minat pelanggan untuk menggunakan fasilitas kartu kredit. Dengan menggunakan kartu kredit pelanggan mendapatkan banyak keuntungan. Sehingga dalam penggunaannya baik pihak bank mandiri maupun pelanggan sama-sama diuntungkan. Pihak bank diuntungkan dengan mendapatkan bunga kredit dan pelanggan diuntungkan dengan banyaknya potongan harga serta cicilan sampai 0 (nol) persen.

Dengan kerjasama pihak bank mandiri dengan pihak penjual atau merchand dengan memberikan diskon-diskon serta cicilan sampai nol persen

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

menjadi ajang promosi yang sangat efektif menurut penulis untuk meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan kartu kredit. Selain itu membawa uang cash dalam jumlah yang cukup banyak dinilai sangat berbahaya dan tidak aman pada jaman sekarang ini.

Tahap *Controlling* yang dilakukan bank mandiri dalam komunikasi pemasarannya adanya kendala-kendala. Hal ini disebabkan oleh beragamnya karakteristik serta kemauan dari masing-masing pelanggan. Setelah mendapatkan data tersebut dari pihak humas Pihak manajemen bank mandiri melakukan kontrol dengan cara menjadikan kemauan pelanggan sebagai masukan guna menyempurnakan produk dan fasilitas kartu kredit.

Dengan perbaikan-perbaikan pada produk dan fasilitas ini diharapkan akan semakin meningkatkan minat pelanggan terhadap penggunaan kartu kredit. Semakin difasilitasinya kemauan pelanggan akan membuat pelanggan semakin nyaman menggunakan kartu kredit.

Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa : "Salah satu faktor yang dapat menyebabkan komunikasi tidak berhasil adalah kurangnya rasa percaya komunikan kepada komunikator, kepercayaan ini banyak berkaitan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator," (Effendy,1994:44) dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa pendidikan *staff* Manajemen Humas dalah minimal D3. Selain itu pengalaman *staff* Manajemen Humas juga sudah memenuhi standar meskipun Humas nya itu sendiri baru ada setelah 4 tahun, mereka belum hafal benar apa yang harus dilakukan terhadap para pelanggan. Cara berkomunikasi para *staff* Manajemen Humas Bank Mandiri cabang Batununggal Bandung sudah maksimal, Dengan perbaikan-perbaikan pada produk dan fasilitas ini diharapkan akan semakin meningkatkan minat pelanggan terhadap penggunaan kartu kredit. Semakin difasilitasinya kemauan pelanggan akan membuat pelanggan semakin nyaman menggunakan kartu kredit. Peneliti melakukan observasi langsung baik di dalam kantor Bank Mandiri Caban Batununggal Bandung maupun di luar seperti dijalan-jalan. Lokasi Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung tidak terlalu strategis, tetapi berada dijalan besar, dan memiliki gedung yang besar juga dan bagus. Kemudian peneliti masuk ke

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

dalam gedung, peneliti menemukan berbagai macam media pamflet mengenai kartu kredit itu sendiri. Lalu peneliti *survey* langsung kejalan dan adanya *billboard* yang besar ditengah-tengah tentang promosi kartu kredit Bank Mandiri yaitu ada di jalan dago di depan planet dago.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

IV SIMPULAN

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan pada bab IV, maka dapat ditarik simpulan bahwa strategi Manajemen *Public Relations* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap *Planning* yang Dilakukan oleh Manajemen *Public Relations* Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit, terdiri dari :

- Rencana yang dilakukan kerjasama dengan perusahaan dan produk-produk yang sering menjadi konsumsi masyarakat, sehingga masyarakat lebih tertarik menggunakan kartu kredit.

2. Tahap *Organizing* yang dilakukan Manajemen *Public Relations* Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

- Oganisasi yang dijalankan oleh Bank Mandiri, dengan adanya pembagian tugas diantara staff lain sudah memiliki fungsi masing-masing yang menunjang kinerja perusahaan dan menunjang *Good Corporate Government*

3. Tahap *Actuating* yang dilakukan Manajemen *Public Relations* Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

- pelaksanaan nya dengan cara bekerjasama dengan pihak tertentu untuk memberikan diskon khusus bagi pengguna kartu kredit Mandiri, adapun cara lain yaitu dengan cara memberikan pembebasan biaya keanggotaan kartu kredit Mandiri bagi pengguna baru, dan Mandiri pun bekerjasama dengan pihak tertentu untuk memberikan cicilan dengan bunga 0% dengan jangka waktu tertentu.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

4. Tahap *Controlling* yang dilakukan Manajemen *Public Relations* Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

- masih adanya kendala yang dihadapi, karena karakteristik dan dari setiap pelanggan berbeda-beda. Hal tersebut menjadi masukan kepada pihak Mandiri guna menyempurnakan produk-produk dan fasilitas kartu kredit dengan harapan akan semakin meningkatkan minat pelanggan.

5. Strategi Manajemen *Public Relations* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

- Strategi Manajemen *Public Relations* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Melalui Kartu Kredit memiliki respon dimana salah satu pelanggan yang cukup baik, dan hanya perlu diperbaiki sedikit saja. Seperti cara pemasaran yang lebih ditingkatkan , contohnya syarat karakteristik pengguna kartu kredit, tidak hanya mengisi biodata, pekerjaan, dan transip gaji tanpa adanya bukti yang kuat karena itu dapat merepotkan Bank itu sendiri seperti nasabah yang tidak bayar pada batasnya, nasabah kabur dan lain sebagainya.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

DAFTAR PUSTAKA

Anwar Arifin, 1984. *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico.

Daymon, Christine., dan Immy Holloway, 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing Communications,* Yogyakarta: Penerbit Bentang.

Irwan Purwanto, 2007 . *Manajemen Strategi,* Bandung : Yprima Widya.

Jefkins, Frank, 1996 . *Public Relations,*: Jakarta: Erlangga.

Kasali, Rhenald ,2009. *Manajemen Public Relations Konsep dan aplikasi di Indonesia,* Bandung : Graviti.

Lincoln dan Guba dalam Soegiono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif,* Bandung : Alfabeta

Miles, M.B. dan Huberman, A.M, 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang MetodeMetode Baru*. UIPress. Jakarta.

Sugiono, 2005 . *Memahami Penelitian Kualitatif,* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2011 . *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* , Bandung : Alfabeta.

Terry, George R, 1991 . *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara.

Tidjan, 1976 . *Meningkatkan Minat Membaca,* Jakarta : Pustaka Hidayah.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional