

## INTISARI

### **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMASARAN PRODUK PINJAMAN PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk. UNIT BERBAH, YOGYAKARTA**

**SABDA AGUNG P. A.**

**12/337980/SV/02489**

Media sosial merupakan sarana berbagi informasi. Berbagai informasi dapat diperoleh dari media sosial dan siapapun dapat mengakses informasi tersebut yang diperoleh dari media sosial. Sebuah informasi yang diperoleh dari media sosial dapat berguna bagi banyak pihak tak terkecuali seorang *market person* perbankan yang membutuhkan informasi tersebut untuk mencari nasabah, namun terkadang informasi yang didapatkan dari media sosial tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya karena tidak ada batasan dalam berbagi informasi di media sosial. Seorang *market person* dituntut selektif dalam mencari nasabah. Pencapaian target yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan tolak ukur keberhasilan seorang *market person* dalam menjalankan peranan aspek pemasaran. Target yang ditetapkan oleh perusahaan akan terus meningkat tiap periode jika pada periode sebelumnya target telah dicapai. Hal ini berguna untuk kemajuan usaha dan acuan bagi seorang *market person* dalam bekerja. Seorang *market person* merupakan ujung tombak perusahaan guna melihat kondisi pasar dan dalam menghadapi persaingan pasar.

Melalui Tugas Akhir ini, penulis membahas tentang pengaruh media sosial terhadap pemasaran produk pinjaman PT Bank Rakyat Indonesia Unit Berbah untuk bulan Maret tahun 2015. Media sosial yang digunakan diantaranya facebook, twitter, olx, dan blog. Sedangkan produk pinjaman terdiri dari kupedes dan kupedes rakyat. Dalam penelitian ini penulis menitikberatkan pada keakuratan informasi yang disampaikan pemilik UKM di Kecamatan Berbah melalui media sosial dan efektivitas serta efisiensi penggunaan media sosial sebagai sarana mencari nasabah.

**Kata Kunci: Media Sosial, Informasi, *Market person*, Target, Nasabah.**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA IN MARKETING OF LOAN PRODUCTS PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk. UNIT BERBAH, YOGYAKARTA***

**SABDA AGUNG P. A.**  
**12/337980/SV/02489**

*Social media is a sharing information facility. Various information can be obtained from social media and anyone can access that information obtained from social media. An information obtained from social media can be useful for many people no person except a banking market that require such information to find customers, but sometimes the information obtained from social media can not be accounted for truth because there is no limit in sharing information on social media. A person market demanded selective in finding customers. The achievement of targets set by the company is a measure of the success of a person in performing the role of market marketing aspect. Target set by the company will continue to increase each period if the previous period targets have been achieved. It is useful for the advancement of business and a market reference for the working person. A person market is spearheading the company to look at the market conditions and in the face of market competition.*

*In this final project, the writer discusses the influence of social media in the loan products marketing of PT Bank Rakyat Indonesia Unit Berbah on March 2015. The use of social media such as facebook, twitter, OLX, and blogs. While loan products consisting of KUPEDes and KUPEDes rakyat. In this study, the authors focused on the accuracy of the information that extend by owner UKM in District Berbah through social media and the effectivity as well as efficiency of the use of social media as a means look for customers.*

***Keywords: Social Media, Information, Market person, Target, Customer.***