

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan Judul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah *Funding* (Penghimpunan Dana) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung” ini ditulis oleh Saviro Prima Rizki Pratama, NIM. 17401163302, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia, salah satu produk andalan yang ditawarkan oleh Perbankan Syariah di Indonesia adalah Produk *Funding* (Penghimpunan Dana) dengan berbagai macam akad yang ditawarkan.

Fokus dari penelitian ini adalah a) bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang selama ini digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung untuk meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana?, b) kendala apa saja yang dihadapi oleh PT.Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran terpadu?, c) solusi apa saja yang dipilih PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung untuk menghadapi kendala dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran terpadu?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data-data yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder yang didapatkan dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

Hasil penelitian yang ditemukan adalah 1) Strategi komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung adalah sebagai berikut; iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal. Semua strategi yang dipilih oleh pihak bank dirasa cukup efektif untuk dapat menambah jumlah nasabah penghimpunan dana. 2) Adapun beberapa kendala yang dihadapi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Kendala yang pertama yaitu kendala internal yaitu, kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) dan minimnya inovasi produk. sedangkan untuk kendala eksternal yaitu, persaingan dari lembaga keuangan lain dan bencana alam yang merugikan pihak bank. Bencana alam yang cukup merugikan pihak bank di tahun 2020 ini adalah adanya wabah Covid-19 yang sangat merugikan beberapa. 3) adapun solusi yang dimiliki oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam menghadapi berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran terpadu antara lain; solusi dari kendala internal yaitu membuat program *recruitment* untuk menambah jumlah SDM (Sumber Daya Manusia) dan memperluas target pemasaran untuk menjadi sasaran produk baru. sedangkan solusi dari kendala eksternal yaitu memunculkan produk baru untuk mengimbangi lembaga keuangan lainnya dan memperbarui sistem operasional dengan menyesuaikan keadaan yang sedang terjadi.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran Terpadu, Penghimpunan Dana, Strategi.

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "Analysis of Integrated Marketing Communication Strategies in an Effort to Increase the Number of Funding Customers at PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung "was written by Saviro Prima Rizki Pratama, NIM. 17401163302, mentor Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

This research is motivated by the rapid development of Islamic banking in Indonesia. One of the mainstay products offered by Islamic banking in Indonesia is Funding Products with various types of contracts offered.

The focus of this research is a) to find out what integrated marketing communication strategies are used by PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung to increase the number of Funding customers (raising funds) ?, b) to find out what obstacles are faced by PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung in implementing an integrated marketing communication strategy?, c) to find out what solution PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung to face obstacles in implementing an integrated marketing communication strategy?.

This research uses descriptive qualitative research methods. The data obtained and used in this study are primary data and secondary data obtained from interviews, observations, and documentation conducted by researchers.

The results found are 1) Integrated marketing communication strategy used by PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung is as follows; advertising, direct marketing, interactive marketing, sales promotion, public relations, and personal selling. All the strategies chosen by the bank were deemed effective enough to increase the number of customers for raising funds. 2) As for some of the obstacles faced by PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung in carrying out a marketing communication strategy. The first obstacle is internal constraints, namely, lack of human resources (Human Resources) and the lack of product innovation. while for external constraints, namely, competition from other financial institutions and natural disasters that are detrimental to the bank. The natural disaster that is quite detrimental to the bank in 2020 is the Covid-19 outbreak which has seriously disadvantaged some. 3) as for the solutions owned by PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung in facing various obstacles faced in implementing an integrated marketing communication strategy, among others; The solution to internal constraints is to create a recruitment program to increase the number of human resources (Human Resources) and expand marketing targets to become new product targets. meanwhile, the solution to external constraints is to create new products to match other financial institutions and to update the operational system by adjusting the current situation.

**Keywords:** Funding, Integrated Marketing Communication, Strategy.