

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Mas Mansyur)” yang ditulis oleh Tiara Amelia Kusumaningtyas, NIM. 12401193130, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing: Dr. Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah sehingga kurang berminat untuk menabung di bank syariah. Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Mas Mansyur melakukan strategi promosi supaya masyarakat khususnya generasi milenial lebih paham mengenai bank syariah dan produk-produk dari bank syariah itu sendiri.

Fokus dari penelitian skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Mas Mansyur dalam meningkatkan nasabah pada generasi milenial? (2) Bagaimana kendala serta solusi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Mas Mansyur dalam meningkatkan nasabah pada generasi milenial?

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer. Dalam melakukan analisis data peneliti menggunakan teknik analisis kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan datanya menggunakan triangulasi sumber dengan mewawancarai informan yang berbeda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Mas Mansyur melakukan strategi promosi melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publikasi. Sedangkan untuk kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi promosi yaitu kurangnya pemahaman tentang bank syariah sehingga kurang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Bank Syariah, Generasi Milenial

ABSTRACT

Thesis with the title "Sharia Bank Promotion Strategy in Increasing Customers in the Millennial Generation (Case Study at Bank Muamalat Surabaya Mas Mansyur Branch Office)" written by Tiara Amelia Kusumaningtyas, NIM. 12401193130, Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor: Dr. Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the public's lack of understanding about sharia banks so that they are less interested in saving in sharia banks. Bank Muamalat Surabaya Mas Mansyur Branch Office carries out promotional strategies so that the public, especially the millennial generation, understands more about sharia banks and the products of sharia banks themselves.

The focus of this thesis research is (1) What are the promotional strategies used by Bank Muamalat Surabaya Mas Mansyur Branch Office to increase customers in the millennial generation? (2) What are the obstacles and solutions implemented by Bank Muamalat Surabaya Mas Mansyur Branch Office in increasing customers in the millennial generation?

The type of approach used in this research is qualitative with descriptive research type. Data collection techniques in this research are interviews, observation and documentation. The data source in this research is primary data. In carrying out data analysis, researchers used data condensation analysis techniques, data presentation and drawing conclusions. Checking the data used triangulation of sources by interviewing different informants.

The results of this research indicate that Bank Muamalat Surabaya Mas Mansyur Branch Office carries out promotional strategies through advertising, sales promotions, personal sales and publications. Meanwhile, the obstacle faced in carrying out promotional strategies is a lack of understanding about sharia banking so that there is less interest in becoming a sharia bank customer.

Keywords: Promotion Strategy, Sharia Bank, Millennial Generation