

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Integrated Marketing Communication* untuk Meningkatkan Produk Tabungan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang” ini ditulis oleh Iffatud Dinina Rifa’i, NIM.126401212088, dengan pembimbing Dr. Moh Rois Abin, M.Pd.I.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Integrated Marketing Communication*, Promosi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah fenomena Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan lembaga keuangan berbasis syariah yang beroperasi sesuai prinsip Islam dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Jombang sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terkemuka, dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak nasabah, terutama untuk produk tabungan. Meskipun produk tabungan syariah menawarkan berbagai macam keunggulan, seperti sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan nilai tambah bagi nasabah, masih banyak masyarakat yang kurang memahami akan adanya produk tabungan di Bank Syariah Indonesia, oleh karena itu, memerlukan perhatian lebih dalam akan strategi pemasaran yang diterapkan agar meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan (1) Untuk mengetahui strategi *integrated marketing communication* (IMC) di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang untuk meningkatkan produk tabungan. (2) Untuk mengetahui *integrated bauran promosi* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang.

Metode Penelitian dengan menggunakan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif, yaitu menjelaskan kajiannya dengan menganalisis fakta secara sistematis dari objek pembahasan yang diteliti. Sumber data yang diteliti adalah dari data wawancara, observasi, dan kepustakaan atau studi kepustakaan. Pendekatan yang dilakukan dalam mempelajari tulisan dari sudut pandang ilmiah.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi pemasaran, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang terlebih dahulu melakukan (1) Manajemen, manajemen memiliki fungsi yang pertama yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Koordinasi dan juga Pengawasan. (2) Bauran promosi dari *Integrated Marketing Communication* (IMC) digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang agar segala proses dari strategi promosi berjalan dengan baik, bauran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang yaitu dengan periklanan, promosi penjualan, hubungan Masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung.

ABSTRACT

Thesis entitled “Integrated Marketing Communication Strategy to Improve Savings Products at Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office” was written by Iffatud Dinina Rifa’i, NIM.126401212088, with the supervisor Dr. Moh Rois Abin, M.Pd.I.

Keywords: Marketing Strategy, Integrated Marketing Communication, Promotion.

This research is motivated by a phenomenon of Bank Syariah Indonesia (BSI) which is a sharia-based financial institution that operates according to Islamic principles and is supervised by the Sharia Supervisory Board (DPS). Bank Syariah Indonesia (BSI) Jombang Branch Office as one of the leading sharia financial institutions, is faced with the challenge of increasing competitiveness and attracting more customers, especially for savings products. Although sharia savings products offer various advantages, such as being in accordance with sharia principles and providing added value for customers, many people still do not understand the existence of savings products at Bank Syariah Indonesia, therefore, it requires more attention to the marketing strategies implemented to increase public interest in savings products at Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office.

The purpose of this study is expected to be able to provide scientific contributions (1) To determine the integrated marketing communication (IMC) strategy at Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office to improve savings products. (2) To determine the integrated promotional mix at Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office.

The research method uses a case study research type and is descriptive, namely explaining the study by systematically analyzing facts from the object of discussion being studied. The data sources studied are from interview data, observations, and literature or literature studies. The approach taken in studying writing from a scientific perspective.

The results of this study indicate that the marketing promotion strategy, Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office first carries out (1) Management, management has the first function, namely Planning, Organizing, Coordination and also Supervision. (2) The promotional mix of Integrated Marketing Communication (IMC) is used by Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office so that all processes of the promotional strategy run well, the mix used by Bank Syariah Indonesia Jombang Branch Office is advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct marketing.