

**ANALISIS PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION (IMC)* PADA PRODUK PEMBIAYAAN BSI CICIL
EMAS (STUDI KASUS PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP KOTA
PINANG)**

Oleh:

SYARI NURHAYANI

NIM. 0503182088

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

**ANALISIS PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION (IMC)* PADA PRODUK PEMBIAYAAN BSI CICIL
EMAS (STUDI KASUS PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP KOTA
PINANG)**

Oleh:

SYARI NURHAYANI

NIM. 0503182088

Progam Studi

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syari Nurhayani
Nim : 0503182088
Tempat/Tanggal Lahir : Purba Bangun, 25 Mei 1999
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Purba Bangun, Desa Tebing Linggahara Baru, Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul "Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication (IMC)* Pada Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang)" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apalagi terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 06 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Syari Nurhayani
Nim. 0503182088

UNIVERSITAS ISLAM
SUMATERA UTARA MEDAN

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication (IMC)* Pada Produk
Pembentukan BSI Cicil Emas (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota
Pinang)**

Oleh :

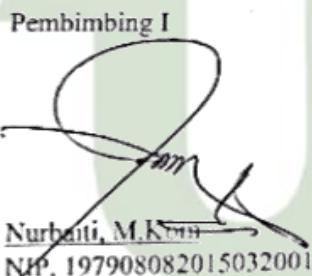
Syari Nurhayani

Nim. 0503182088

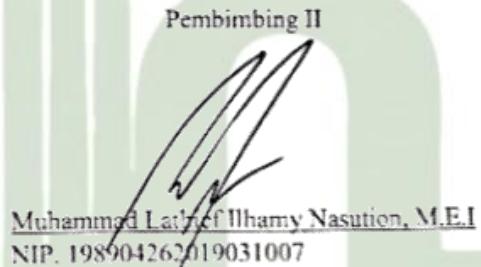
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 06 Juni 2022

Pembimbing I


Nurbanti, M.Kom
NIP. 197908082015032001

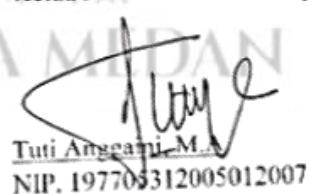
Pembimbing II


Muhammed Latief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIP. 198904262019031007

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

SUMATERA UTARA MEDAN


Tuti Anggani, M.
NIP. 197703312005012007

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "ANALISIS PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA PRODUK PEMBIAYAAN BSI CICIL EMAS (STUDI KASUS PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP KOTA PINANG)" an. SYARI NURHAYANI, NIM. 0503182088 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 21 Oktober 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 21 Oktober 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah UINSU

Ketua,

DR. Zuhrihal M Nawawi, MA
NIDN. 2018087601

Sekretaris,

Nurul Hayah, M.E
NIDN. 0103129201

Anggota:

Pembimbing I

Nurbani, M.Kn
NIDN. 0108087908

Pengaji I

Annio Indah Lestari Nasution, M.Si.
NIDN. 2009037401

Pembimbing II

Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Pengaji II

Mawaddah Irham, M.E.I
NIDN. 2014048601



ABSTRAK

Syari Nurhayani, 0503182088 “Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) Pada Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang)” di bawah bimbingan Ibu Nurbaiti, M.Kom selaku pembimbing skripsi I dan Bapak Muhammad Latief Ilhamy Nasution, M.E.I selaku pembimbing skripsi II.

Produk pembiayaan BSI cicil emas merupakan salah satu produk unggulan yang terdapat di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota pinang. Namun seiringi dengan berkembangnya industri perbankan di Indonesia komunikasi pemasaran perlu dilakukan untuk menghadapi persaingan terutama pada produk pembiayaan BSI cicil emas. Pentingnya komunikasi pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada produk BSI cicil emas di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang, kendala dan solusi yang dihadapi dalam penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada produk pembiayaan BSI cicil emas di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang. Adapun metode penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data yang digunakan oleh penulis berupa wawancara dengan karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang serta observasi dengan menggunakan mata dan telinga sebagai jendela untuk merekam data dan dokumentasi yang berkaitan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang dengan cara periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), hubungan masyarakat (*Public Relation*), penjualan pribadi (*Personal Selling*) dan pemasaran langsung (*Direct Marketing*). Kendala yang dihadapi dalam penerapan *integrated marketing communication* yaitu penyampaian yang kurang tepat sasaran dan masih kurangnya pemahaman terhadap pembiayaan BSI cicil emas. Solusi yang digunakan PT. Bank Syariah Indonesia adalah harus lebih pintar dalam menganalisis kebutuhan calon nasabah dan menjelaskan jika produk tersebut sesuai syariah agar dikemudian hari tidak terjadi miss komunikasi.

Kata Kunci : penerapan, komunikasi pemasaran, *Integrated Merketing Communication* (IMC),

ABSTRACT

Syari Nurhayani, 0503182088 "Analysis of the Application of Integrated Marketing Communication (IMC) in BSI Cicil Emas Financing Products (Case Study of PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang)" under the guidance of Mrs. Nurbaiti, M.Kom as thesis supervisor I and Mr. Muhammad Latief Ilhamy Nasution, M.E.I as thesis supervisor II.

BSI gold installment financing product is one of the superior products found in PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang. However, along with the development of the banking industry in Indonesia, marketing communication needs to be carried out to face competition, especially in BSI financing products in gold installments. The importance of marketing communication is carried out in order to meet the needs and desires of the community for a product or service. This study aims to determine the application of Integrated Marketing Communication (IMC) on BSI gold installment products at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang, obstacles and solutions faced in the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) in BSI financing products in gold installments at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang. The research method uses a qualitative type of research with a case study approach. The data collection used by the author is in the form of interviews with employees of PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang and observation using eyes and ears as windows to record data and related documentation. From the research results it can be seen that the strategy of implementing Integrated Marketing Communication (IMC) carried out by PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Pinang by means of advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct marketing. The obstacles faced in the implementation of integrated marketing communication are delivery that is not on target and there is still a lack of understanding of BSI's gold installment financing. The solution used by PT. Bank Syariah Indonesia must be smarter in analyzing the needs of prospective customers and explaining if the product is in accordance with Sharia so that in the future there will be no miscommunication.

Keywords: application, marketing communications, Integrated Marketing Communication (IMC),

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu wa taala* yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, semangat serta rahmatnya di tengah kendala dan keterbatasan ilmu yang dimiliki hingga akhinya bisa menyelesaikan skripsi ini yang mana sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.E pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sumatera Utara. Shalawat dan salam yang tidak pernah bosan dan jemunya kita berikan kepada baginda Nabi besar Muhammad Rasulullah *Sallallahu alaihi wassallam* yang mana dia telah membawa kita dari alam yang gelap gulita hingga kealam yang terang benderang sampai sekarang ini, semoga kelak kita akan mendapatkan syafaatnya. *Aamiin allahumma aamiin.*

Selama penyusunan skripsi ini banyak memperoleh bantuan dan dukungan, serta nasihat yang sangat berharga berupa motivasi, petunjuk, bimbingan dan pengarahan kemudian saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung terutama ucapan terima kasih serta penghargaan yang tidak terhingga kepada kedua orang tua saya, ayahanda (Alm) Muhammad Syarifuddin dan Ibunda Bagara sebab atas doa, kasih sayang serta motivasi dan materi yang tidak pernah putus sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sampai perguruan tinggi. Adapun dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abu Rokhmad, M.Ag selaku Rektor UIN Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Tuti Anggraini, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Muhammad Latief Ilhamy Nasution selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Tuti Anggraini, M.A selaku Penasehat Akademik penulis banyak membantu serta memberikan pengarahan semasa perkuliahan.
6. Ibu Nurbaiti, M.Kom selaku dosen Pembimbing Skripsi I dan Bapak Muhammad Latief Ilhamy selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu serta memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
7. Bapak Santri Syahputra dan Ibu Eva Maya Sari Lubis yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian saya.
8. Adik kandung saya Siti Zuhairia yang tentunya turut mendukung serta mendoakan kelancaran perkuliahan saya.
9. Abang sepupu saya beserta kakak sepupu saya Nazri Adalani Hasibuan, SE, Nurhasanah, SP.d, Muis Syuddin, Muhammad Ali Hasibuan, Iqbal Majid, SH, Fadhlwan Ghapur, SH, Adelina Nasution, S.Tr.T, Indiana Zulfah Harahap serta Ulva Handayani, ST.
10. Kakak tingkat saya Miftahul Khaeriyah Lase, S.Sos, Nadiya Azmi, SE, Mutiara Annisa yang sudah bersedia meluangkan waktu serta memberikan motivasi kepada saya selama menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabat saya Suspiwa Sari, SE, Arnita Septiani Panjaitan, Rindiani, SE, Cindy Sekar Arum, Rini Puspita, Julia Putri Zahara, Fahmiatul Aulia Pangaribuan, Nurbaiti Rizki Kabeakan, SE, Salwa Khairussifa, dan Dinda Kartika yang dengan ikhlasnya bersedia mendengarkan keluh kesah saya, memberikan saran serta mendukung penelitian saya.
12. Sahabat karib saya Siti Sarah Pakpahan, SE, Erin Erpina Lubis, SE, Indah Rahayu serta Siti Aisyah Siregar yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah stambuk 2018 yang sama-sama berjuang dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) serta seluruh teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

14. Teman-teman seperjuangan KKN 184 di Desa Tebing Linggahara Baru, Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu telah bersama melaksanakan KKN dengan senang dan suka cita.

Terima kasih juga kepada siapapun yang dengan tulus mendoakan saya. Saya menyampaikan *jazakamullah khairan katsiman* kepada mereka. Saya tidak punya apa-apa di dunia ini untuk membayar kecuali terima kasih banyak. Semoga siapa pun yang telah ikhlas membantu saya dalam penelitian ini akan selalu sehat dan dimudahkan rezekinya oleh Allah *Subhanahu wa taala, aamiin allahumma aamiin*. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan.

Medan, 21 September 2022
Penyusun Skripsi

Syari Nurhayani
NIM. 0503182088

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis.....	10
1. Perbankan Syariah.....	10
2. Pemasaran	16
3. Komunikasi Pemasaran	18
4. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	21
B. Kajian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Teoritis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Jenis dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	39
1. Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia.....	39
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia	41
3. Logo Bank Syariah Indonesia	41
4. Struktur Organisasi dan Tugas	42
B. TEMUAN PENELITIAN.....	46
1. Penerapan <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pada Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas.....	48
2. Kendala dan Solusi Pada Penerapan <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pada PT. Bank Syariah Indonseia KCP Kota Pinang.....	55
C. PEMBAHASAN	57
1. Penerapan <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pada Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas.....	57
2. Kendala dan Solusi Pada Penerapan <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pada PT. Bank Syariah Indonseia KCP Kota Pinang.....	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67

LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Persepsi Nasabah Pembiayaan BSI Cicil Emas	5
Table 2.1 Kajian Terdahulu.....	27



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kajian Teoritis.....	33
Gambar 4.1 Logo PT. Bank Syariah Indonesia.....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. BSI KCP Kota Pinang	42
Gambar 4.3 Website Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas	49
Gambar 4.4 Brosur Produk Pembiayaan BSI Cicil Emas	49

