

**STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PRODUK *FUNDING***

**DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GENERASI Z**

**PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

**(Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun)**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



**Oleh:**

**Hesti Wulan Sari**

**9342.017.19**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

**2023**

**HALAMAN JUDUL**

**STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PRODUK *FUNDING*  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GENERASI Z  
PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH  
(Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun)**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh :**

**Hesti Wulan Sari**

**9.342.017.19**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PRODUK FUNDING  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GENERASI Z  
PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH  
(Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun)**

**Hesti Wulan Sari**

**9.342.017.19**

Telah Disetujui

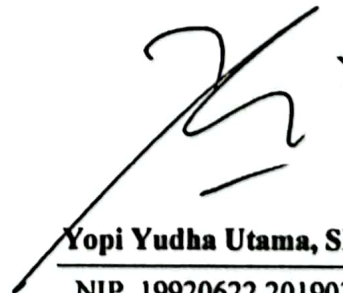
Pembimbing I



**Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI**

**NIP. 19810930 20090 2 008**

Pembimbing II



**Yopi Yudha Utama, SE, MSA**

**NIP. 19920622 201903 1 008**

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 26 September 2023

Lampiran : 3 (tiga) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di Jl. Sunan Ampel No, 7 Ngronggo  
Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Untuk Membimbing Penyusunan Skripsi Mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama : Hesti Wulan Sari  
Nim : 934201719  
Judul : Strategi *Integrated Marketing Communication* Produk *Funding* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Perspektif Marketing Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqasah pada tanggal 4 Desember 2023, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Ibu dan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

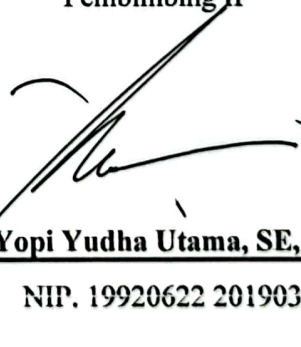
Pembimbing I



Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI

NIP. 19810930 20090 2 008

Pembimbing II



Yopi Yudha Utama, SE, MSA

NIP. 19920622 201903 1 008

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PRODUK *FUNDING*  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GENERASI Z  
PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH*

(Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun)

Disusun Oleh :

HESTI WULAN SARI

NIM. 9342.017.19

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 4 Desember 2023

Tim Penguji :

1. Penguji Utama

Dr. H. Ali Samsuri, M.El.  
NIDN. 2031107601

(.....  


2. Penguji I

Dr. Hj. Sulistyowati, SHI,MEI  
NIP. 19810930 20090 2 008

(.....  


3. Penguji II

Yopi Yudha Utama, SE, MSA  
NIP. 19920622 201903 1 008

(.....  


Kediri, 4 Desember 2023



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Anhas Muslihin, MHI  
NIP. 19750101199031002

## HALAMAN MOTTO

وَقُلِ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ  
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya, serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepadamu apa yang telah kamu kerjakan”. (Q.S At-Taubah: 105)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa berbahagia yang tiada henti, kita panjatkan rasa syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diturunkan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini saya selaku penulis ingin menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya serta ingin mempersembahkan karya kecil ini untuk orang-orang yang sudah sangat membantu kelancaran penelitian ini.

1. Dengan bangga saya persembahkan untuk kedua orang tua saya. Bapak Siswono dan Ibu Mudrikah tercinta yang selalu mendidik, menyayangi, dan mensupport dalam segala hal, serta selalu mendoakan setiap saat yang tiada putus hingga saat ini.
2. Teruntuk kakak kandung saya dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan menjadi motivasi untuk saya sehingga tidak pernah mengenal kata menyerah.
3. Teruntuk orang yang paling setia menemani saya, terimakasih sudah meluangkan waktu untuk menemani saya, selalu memberikan support dan semangat yang tidak pernah ada batasnya.
4. Teruntuk Bapak Affandi yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian di Madiun dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

## ABSTRAK

SARI, HESTI WULAN, 2023. Strategi *Integrated Marketing Communication* Produk *Funding* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Perspektif Marketing Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun), Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Pembimbing: (1) Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI. dan (2) Yopi Yudha Utama, SE, MSA.

**Kata Kunci :** *Integrated Marketing Communication, Funding, Generasi Z, Marketing Syariah.*

Persaingan dalam dunia pemasaran tidak dapat dihindari karena akan menentukan atau mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun menggunakan strategi *Integrated Marketing Communication* dalam memasarkan produk *funding*. Dengan mengenal baik produk yang ada di perusahaan tersebut diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Maka dari itu memilih komunikasi pemasaran yang efektif sebagai strategi penjualan produk penting dilakukan agar jumlah nasabah meningkat. Fokus dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi *Integrated Marketing Communication* produk *funding* dalam meningkatkan jumlah nasabah generasi Z pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dan untuk menjelaskan bagaimana strategi *Integrated Marketing Communication* produk *funding* dalam meningkatkan jumlah nasabah generasi Z pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun perspektif *marketing syariah*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan *Sub Branch Manager, Customer Service, Relationship Marketing* dan nasabah Bank Muamalat KCP Madiun. Sedangkan data sekunder diperoleh dari *website* resmi dan referensi lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *deskriptif* dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan mengenai data yang berhubungan dengan pembahasan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mengecek keabsahan data dan keikutsertaan peneliti dalam observasi, triangulasi. Tahap terakhir yang dilakukan adalah menganalisa data dengan menyederhanakan data, pengujian data dan penarikan data.

Hasil penelitian memaparkan bahwa penerapan Strategi *Integrated Marketing Communication* untuk meningkatkan jumlah nasabah Generasi Z Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dilakukan dengan menggunakan periklanan (*advertising*) pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan tatap muka (*personal selling*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relations and publicity*), dan promosi penjualan (*sales promotion*) dirasa cukup efektif karena terbukti dapat meningkatkan jumlah nasabah generasi Z. Sedangkan strategi *Integrated Marketing Communication* untuk meningkatkan jumlah nasabah Generasi Z Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun perspektif *marketing syariah* dengan menggunakan karakteristik teitis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqiyyah*) dan humanistik (*insaniyyah*) terjadi kesesuaian dengan prinsip-prinsip pemasaran Islami yang mengandung nilai iman, sesuai dengan strategi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tanpa ada hambatan suatu apapun. Shalawat serta salam semoga senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam skripsi ini penulis akan membahas mengenai Strategi *Integrated Marketing Communication* Produk *Funding* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Perspektif Marketing Syariah (Studi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun).

Penulis menyampaikan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini. Hal ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya sebagai penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslih, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Ibu Dr. Hj., Sulistyowati, SHI. MEI selaku Kaprodi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri dan juga Pembimbing I. Serta Wali Dosen penulis selama studi ini, saya ucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya mulai dari semester 1 hingga semester akhir seperti saat ini.
4. Bapak Yopi Yudha Utama, S.E, MSA selaku Pembimbing II atas bimbingan dan motivasi serta masukan yang sangat berarti bagi penulis.

5. Segenap Pimpinan dan Karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun, saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan bimbingannya selama penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
7. Kedua orang tua yaitu Bapak Siswono dan Ibu Mudrikah terimakasih atas motivasi, do'a dan segala support dalam bentuk apapun kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penulis menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat kemampuan dan pengetahuan penulis masih sangat terbatas, untuk itu penulis berharap adanya saran dan kritik bagi semua pihak yang membaca untuk membangun perbaikan skripsi selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca. Aamin.

Kediri, 26 September 2023

Penulis

Hesti Wulan Sari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Telaah Pustaka .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) .....	21
1. Pengertian Integrated Marketing Communication (IMC).....	21
2. Ciri-Ciri Integrated Marketing Communication (IMC) .....	22

3. Indikator Integrated Marketing Communication (IMC) .....	23
B. Penghimpunan Dana .....	26
1. Definisi Penghimpunan Dana .....	26
2. Tujuan dan Fungsi Penghimpunan Dana .....	26
3. Produk-Produk Penghimpunan Dana .....	27
C. Generasi Z .....	29
1. Definisi Generasi Z .....	29
2. Karakteristik Generasi Z .....	31
3. Sifat-Sifat Generasi Z .....	33
D. Marketing Syariah .....	36
1. Definisi Marketing Syariah .....	36
2. Karakteristik Marketing Syariah .....	39
3. Perbandingan Marketing Syariah dan Konvensional .....	43

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Pendekatan Penelitian .....	46
B. Kehadiran Peneliti .....	47
C. Lokasi Penelitian.....	47
D. Data dan Sumber Data .....	48
E. Metode Pengumpulan Data .....	48
F. Teknik Analisa Data .....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	51
H. Tahapan Peneliti .....	52

### **BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	53
---	----

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	53
2. Visi Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	54
3. Profil Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	55
4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	55
5. Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.....	60
6. Keunggulan Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	64
B. Paparan Data .....	65
1. Strategi Integrated Marketing Communication Produk Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	65
2. Strategi Integrated Marketing Communication Produk Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Perspektif Marketing Syariah .....	77
C. Temuan Penelitian.....	97

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Strategi Integrated Marketing Communication Produk Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	104
B. Strategi Integrated Marketing Communication Produk Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Generasi Z Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Perspektif Marketing Syariah .....	110

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	123
B. Saran .....	124

## **DAFTAR PUSTAKA .....**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perbandingan Lembaga Perbankan Syariah Kota Madiun .....	5
Tabel 1.2 Penerapan Integrated Marketing Communication Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	7
Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Generasi Z Produk Funding Pada Bank Syariah di Madiun Tahun 2020-2022 .....	9
Tabel 1.4 Peningkatan Jumlah Nasabah Generasi Z Produk Funding Pada Bank Syariah di Madiun Tahun 2020-2022 .....	10
Tabel 1.5 Perbandingan Marketing Syariah dan Marketing Konvensional ....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Indikator Integrated Marketing Communication (IMC) .....	24
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun .....	56