REPOSITORI IAIN KUDUS

ABSTRAK

Miftakhur Rizqi NIM 1950410031 Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) melalui *Integrated Marketing Communication* pada BPRS Suriyah Kudus

Keberadaan strategi sangat penting untuk memasarkan produk. Sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan dengan strategi yang tepat. Strategi pemasaran yang digunakan oleh lembaga keuangan satu dengan yang lain berbeda, hal ini dikarenakan pelaksanaan strategi harus disesuaikan dengan kondisi dan tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga tersebut. Oleh sebab itu untuk memudahkan dalam promosi produk BPRS dibuat strategi pemasaran dalam memasarkannya dengan penerapan *Integrated Marketing Communication* pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel).

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian adalah 6 informan antaranya 2 orang bagian marketing, 1 orang kepala cabang, dan 3 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) melalui *Integrated Marketing Communication* yang digunakan oleh BPRS Suriyah Kudus yaitu menggunakan strategi komunikasi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) sangat efektif dikarenakan dengan adanya Periklanan (*advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan masyarakat (*public relation*), Penjualan pribai (*personal selling*) dan Pemasaran langsung (*direct marketing*) maka akan membangkitkan minat atau ketertarikan calon nasabah terhadap produk tabungan itu, sehingga nasabah akan menggunakan produk tersebut. Selain itu dengan menerapkan konsep *marketing mix* pada strategi pemasaran tabungan maka akan menentukan keberhasilan mendapatkan target nasabah yang dituju.

Kata Kunci : Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), *Integrated Marketing Communication, dan Marketing mix*

REPOSITORI IAIN KUDUS