

ABSTRAK

Hosnol Hotimawati, 2023, Optimalisasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan *brand image* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Dosen Pembimbing : Fatati Nuryana, M.Si.

Kata Kunci: *Optimalisasi Integrated Marketing Communication (IMC), Brand Image*

Perkembangan lembaga keuangan syariah semakin pesat, seiring berjalan waktu BPRS Bhakti Sumekar menerapkan *Integrated Marketing communication* (IMC) dalam meningkatkan brand image di era jaman modern saat ini kemajuan teknologi semakin canggih dan berkembang yang bisa digunakan jangka waktu panjang maka dari itu lebih mengoptimalkan maka perlu mengenalkan produk diperlukan implementasi promotion mix yang terdiri dari iklan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relations and publicity), penjualan personal (personnel selling) dan penjualan langsung (direct marketing).

Terdapat dua fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana implementasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan *brand image* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, *kedua*, bagaimana optimalisasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan *brand image* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi serta pengecekan keabsahan data dilakukan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, dengan adanya IMC dapat memberikan kemudahan bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam mempromosikan periklanan menggunakan pamflet, brosur, dan media sosial seperti instagram dan facebook; hubungan masyarakat yang dilakukan dalam bentuk pendekatan ke toko-toko maupun ke desa-desa dan juga mengikuti event-event, penjualan pribadi yang dilakukan dalam memasarkan produk BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dengan melakukan sistem canvassing dengan cara *door to door* dan untuk pemasaran langsung yaitu dengan memberikan informasi kepada calon nasabah. Kedua, dalam meningkatkan brand image terdapat slogan yaitu “cepat, mudah, amanah” sehingga dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah. Faktor-faktor terbentuknya citra merek antara lain; keunggulan produk, kekuatan merek, dan keunikan merek.