

RINGKASAN

AYRHA PUTRI BESTARI. 2021. Peran *Marketing Funding* dalam Proses Pemasaran Program Tabungan Berkah Impian di Bank BTN Syariah Bekasi. *The Role of the Marketing Funding in the Marketing Process of Tabungan Berkah Impian Program at Bank BTN Syariah Bekasi.* Program Studi Komunikasi. Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh HARI OTANG SASMITA.

Era globalisasi saat ini tentunya suatu perusahaan harus mampu dalam bersaing dengan suatu perusahaan lainnya. Perusahaan tersebut tentunya tidak ingin kalah dalam hal menarik minat perhatian konsumen dalam menggunakan produk maupun jasanya. Hal tersebut sangat dibutuhkan seorang *marketer* dalam sebuah proses pemasaran yang harus dirancang sedemikian rupa dalam hal berkomunikasi agar mampu bersaing dalam halnya dunia persaingan ini. Bank BTN Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit* (SBU) dari PT. Bank Tabungan Negara yang merupakan Badan Usaha Milik Negara dalam bentuk perseroan terbatas yang bergerak di bidang jasa keuangan dan perbankan yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Salah satu programnya yaitu Program Tabungan Berkah Impian bagi nasabah Tabungan BTN Prima iB. Kesuksesan pemasaran program ini tentunya tidak lepas dari peran *marketing funding* untuk mendukung kelancaran program pemasarannya.

Program Tabungan Berkah Impian merupakan salah satu pilihan program dari produk Tabungan BTN Prima iB. Program ini menghadirkan pemberian hadiah langsung bagi nasabah Tabungan BTN Prima iB yang mengendapkan dana (*fresh fund/top up*) dalam jangka waktu tertentu. Kesuksesan program Tabungan Berkah Impian ini dapat tercapai karena adanya peran *marketing funding* di dalamnya.

Marketing funding berperan penting dalam proses pemasaran dengan menyiapkan semua kebutuhan yang mendukung kelancaran program pemasaran. *Marketing funding* memiliki dua tahapan proses pemasaran yaitu tahap *pre sales* dan tahap *after sales*. Tahapan *pre sales* terbagi ke dalam beberapa tahapan yaitu tahap *prospecting, approaching, pobing and presentation, handling objection and negotiation*, dan *closing*. Tahapan kedua yaitu *after sales* yang merupakan tahap akhir dalam melakukan pemasaran berupa tahap *maintaining*. Proses pemasaran program tersebut tentunya membutuhkan kerja keras seorang *marketer* yang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik kepada nasabah agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif.

Marketing funding dalam menjalankan perannya tentunya mengalami hambatan ketika proses pemasaran program Tabungan Berkah Impian berlangsung. Hambatan ini sangat berpengaruh terhadap proses kelancaran kegiatan pemasaran. Namun, dibalik segala hambatan yang terjadi dan yang dialaminya terdapat solusi yang tepat dan dapat diselesaikan dengan baik sehingga proses pemasaran dapat berjalan dengan lancar.

Kata kunci: Bank BTN Syariah, *marketing funding*, proses pemasaran

