



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA SOSIAL RUMAH YATIM ARRAHMAN INDONESIA CABANG ACEH DALAM MENGUMPULKAN DANA ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH

ABSTRACT

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Sosial Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh Dalam Mengumpulkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh dalam mengumpulkan dana ZIS di Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif. Objek penelitian ini yaitu strategi komunikasi pemasaran Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh. Adapun subjek penelitian adalah para karyawan yang secara aktif menjalankan fungsi komunikasi pemasaran dan yang menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini dilakukan di Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh yang terletak di Jalan Residen Danubroto No.13, Lamlagang, Banda Aceh. Data dan informasi diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Data tersebut kemudian dianalisis dengan melakukan reduksi data, display data dan pengambilan kesimpulan menggunakan triangulasi data. Strategi yang telah diterapkan yaitu melakukan promosi penjualan melalui periklanan, melalui penyebaran informasi dan program melalui media cetak dan media elektronik, mengadakan hubungan yang baik dengan masyarakat, dan melalui publikasi, serta mengadakan personal selling, penjualan dan pemasaran secara langsung. Bauran pemasaran (marketing mix) dan bauran promosi (promotion mix) juga sudah dilaksanakan. Dalam bauran pemasaran, Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh menerapkan 4 elemen penting, yaitu 4P (product, price, place, dan promotion). Bauran promosi (promotion mix) berupa iklan (advertising), penjualan perorangan (personal selling), promosi penjualan (sales promotion) dan yang terakhir adalah dengan cara komunikasi penjualan ditempat pembelian (point of purchase communication). Analisa SWOT terhadap strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh dinilai lebih dapat memaksimalkan aspek kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities). Hal ini secara bersamaan juga dapat meminimalisir kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Analisa SWOT, Rumah Yatim Arrahman Indonesia Cabang Aceh, Dana ZIS.

ABSTRACT

This study entitled "Strategic Marketing Communication in Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch for Collecting Zakat, Infak, and Sedekah". This study aims to determine the strategy undertaken by the Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch to collect ZIS in Aceh. Research method used is the Qualitative Research Methods. The object of this study is marketing communications strategy Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch. The research subjects were the employees who are actively carrying out the functions of marketing communications and who runs a marketing communications strategy. This research was conducted in the Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch located at Jalan Resident Danubroto 13, Lamlagang, Banda Aceh. Data and information obtained through in-depth interviews and observation techniques. The data is then analyzed by performing data reduction, data display and conclusions using data triangulation. The strategy has been implemented, namely the promotion of sales through advertising, through dissemination of information and programs through print and electronic media, to hold a good relationship with the community, and through publications, as well as holding personal selling, direct sales and marketing. Marketing mix (marketing mix) and mix promotion (promotion mix) has also been implemented. In the marketing mix, Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch to apply four essential elements, namely the 4P (product, price, place, and promotion). Promotion mix (promotion mix) in the form of advertising (advertising), sales of individual (personal selling), sales promotion (sales promotion) and the last is by way of sale communication in place of purchase (point of purchase communication). SWOT analysis of the marketing communication strategy undertaken Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch considered more able to maximize the aspects of strength (Strengths) and opportunities (opportunities). It is simultaneously also can minimize weaknesses (Weakness) and threats (Threats).



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

Keywords: Marketing Communication Strategy, SWOT Analysis, Rumah Yatim Arrahman Indonesia Aceh Branch, ZIS Donation.