

ABSTRAK

Muhammad Ihsan Raihan. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin.* Tugas Akhir, Program Studi Diploma III Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Elida Mahriani, S.E.I.M.M

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, meningkatkan, nasabah

Penelitian ini bertolak dari fungsi itu lembaga keuangan yang bernama Bank, yang salah satunya dengan menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan, dimana pengimpunan dana ini disertai persyaratan yang sudah ada, fungsi dari penghimpunan dana ini adalah untuk menyimpan dana masyarakat dan agar dapat disalurkan dalam bentuk pembiayaan yang telah ada di Bank BRI Syariah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada bank BRI Syariah serta mengetahui kendala-kendala yang dihadapi bank dalam menerapkan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara serta pengkajian dari data-data yang memperoleh kemudian akan dianalisis dan menghasilkan sebuah kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan tentang apa saja strategi pemasaran serta kendala-kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dan sesuai dengan strategi pemasaran yang diinginkan manajemen marketing