

ABSTRAK

Eka Safitri, 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Tapenas iB Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Dr. Syaugi, S.Ag., M.A. Pembimbing (II) H. Abdul Gafur, Lc., M.A.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Tapenas iB Hasanah.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sedikitnya jumlah nasabah Tapenas iB Hasanah dibandingkan dengan produk lain di BNI Syariah. Selain itu Tapenas iB Hasanah juga tidak menyediakan fasilitas ATM dan juga penarikan yang tidak dapat dilakukan disetiap saat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk Tapenas iB Hasanah dan bagaimana efektivitas strategi pemasaran pada produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan lokasi penelitian di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru. Subjek penelitian ini adalah pegawai BNI Syariah di Banjarbaru yakni bagian *Funding Officer* dan *Funding Assistant*. Sedangkan objek peneliti adalah bagaimana strategi pemasaran pada Produk Tapenas iB Hasanah dan bagaimana efektivitas strategi pemasaran produk Tapenas iB Hasanah. Peneliti memperoleh data secara langsung dari informan terkait dengan objek penelitian melalui wawancara yang kemudian hasil wawancara diolah ke tahap mengklarifikasikan hingga simpulan dan dianalisis menggunakan metode kualitatif

Hasil penelitian membuktikan kalau strategi pemasaran di BNI Syariah adalah menggunakan strategi *produk, price, place, dan promotion*. Dengan promosi unggul menggunakan *Person to Person* serta *Face to Face* untuk menarik minat nasabah terhadap produk Tapenas iB Hasanah. Sedangkan efektivitas strategi pemasarannya sudah efektif, dilihat dari banyaknya nasabah melakukan pembukaan rekening serta meningkatnya jumlah nasabah setiap tahunnya.