

ABSTRAK

Fatimah, 2021. *Analisis Promosi Pada Produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah Di BNI Syariah KCP Martapura.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dra. Faridah, MHI.

Kata Kunci: *Strategi, Promosi, BNI Tunas iB Hasanah.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya nasabah yang dari tahun ketahun terus meningkat, dari jumlah 2.484 - 2.965 orang nasabah, terhitung dari tahun 2018-2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pada produk Tabungan Tunas iB Hasanah dan bagaimana analisis SWOT promosi pada produk Tabungan Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan lokasi penelitian di BNI Syraiah KCP Martapura. Subjek penelitian ini adalah pegawai BNI Syariah di Martapura yakni *Funding Assistant* dan *Customer Service*. Sedangkan objek peneliti adalah bagaimana strategi promosi pada Produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah dan bagaimana analisis SWOT pada produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah.

Peneliti memperoleh data secara langsung dari informan terkait dengan objek penelitian melalui wawancara yang kemudian hasil wawancara di olah ketahap mengklarifikasikan hingga simpulan dan dianalisis menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian membuktikan kalau strategi promosi di BNI Syariah adalah menggunakan strategi promosi diantaranya menggunakan 4 variabel strategi promosi yaitu, periklanan (*advertising*), penjualan (*sales promotion*) publisitas (*pubilicity*), penjualan pribadi (*personal selling*). Dengan promosi unggul menggunakan publisitas (*pubilicity*), untuk menarik minat nasabah terhadap produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah.