

ABSTRAK

Nesah iWulandari. 2023, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadiah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin Lambung Mangkurat*. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Simpanan Wadiah

Pemasaran merupakan salah satu faktor utama dalam berjalannya suatu perusahaan, dengan senantiasa memasarkan produk yang ada pada perusahaan kepada calon nasabahnya sehingga nasabah berminat dan memutuskan untuk bertransaksi atau bekerjasama

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk simpanan wadiah dan kendala yang dihadapi oleh pihak bank dalam memasarkan produk simpanan wadiah PT.Bank Syariah Indonesia KC Banjarmasin Lambung Mangkurat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif di mana pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung sehingga mampu menggali dan mendapatkan informasi lebih jauh mengenai strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi oleh pihak bank. Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan metode interview (wawancara) dengan pihak *Costumer Service* meliputi rumusan masalah dan biografi bank serta identitas informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak bank menggunakan strategi pemasaran *marketing mix*. Strategi yang dianggap paling berhasil yaitu promosi, karena dengan adanya promosi maka nasabah atau calon nasabah akan mengetahui produk yang ada di Bank Syariah Indonesia, dengan begitu akan membuat nasabah dan calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut.