

## ABSTRAK

**Rusida Hartini.** 2016. *Strategi Pemasaran Produk Safe Deposit Box iB Ar Rahman Pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. H.M. Hanafiah, M.Hum. (II) H. Fuad Luthfi, S.Ag., M.H

**Kata Kunci:** Strategi, pemasaran, *safe deposit box*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar bank dalam memasarkan produk *safe deposit box*. Salah satu produk baru *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman, bank harus memiliki strategi pemasaran yang baik, selain itu bank juga perlu mencari tahu apa saja kendala dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumenter. Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin. Sedangkan yang menjadi subjeknya adalah *costumer service* Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin sudah sesuai dengan prinsip syariah karena menggunakan akad *ijārah*. Sedangkan kendala dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini adalah banyaknya produk jasa sewa serupa dari bank lain yang memiliki macam-macam keunggulan. *Safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah jasa sewa kotak yang tarif sewanya terjangkau, sehingga target utama pemasaran untuk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini adalah nasabah baru.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah strategi pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman yang dilakukan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin telah sesuai dengan teori pemasaran. Sedangkan yang menjadi kendala dalam pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah banyaknya saingan dari bank lain yang mengeluarkan produk *safe deposit box* serupa.