

ABSTRAK

Rizqi Fadhilah. 2016. *Strategi Penghimpunan Dana Dalam Produk Tabungan iB Haji Ar-Rahman Pada Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI, (II) Muhammad Haris, M.Kn.

Kata Kunci: Strategi, Penghimpunan Dana Tabungan iB Haji Ar-Rahman.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari banyaknya lembaga perbankan yang memiliki produk dan jasa yang hampir sama. Salah satu produk yang dikembangkan dan ditawarkan oleh Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin adalah tabungan iB haji Ar-Rahman. Untuk dapat menarik perhatian calon nasabah agar mau bergabung dan menginvestasikan dananya supaya dapat dikelola oleh pihak bank, Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin pastinya perlu mempunyai strategi-strategi agar dapat menarik minat nasabah untuk mempercayakan dananya kepada Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin, dan mengaplikasikannya dalam kesaharian guna mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penghimpunan dana tabungan iB haji Ar-Rahman di Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin dan apa saja faktor-faktor yang menjadi kendala dalam penghimpunan dana tabungan iB haji Ar-Rahman.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara. Subjek penelitian ini adalah karyawan yang berjumlah 4 orang yang khusus menangani penghimpunan dana tabungan iB haji Ar-Rahman di Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin. Objek dalam penelitian ini adalah strategi penghimpunan dana tabungan iB haji Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin dan faktor-faktor kendala yang dihadapi dalam penghimpunan dana produk tabungan iB haji Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin. Analisisnya dengan teknik analisis deskriptif dengan mengacu pada landasan teori yang ada.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu, *pertama*: Ada beberapa strategi yang digunakan oleh Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin diantaranya spanduk, brosur, promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relation*). *Kedua*: kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin ada dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dalam faktor internal kendalanya yaitu adanya perubahan pola dan daya saing produk dengan bank lain. Dalam faktor eksternal yang menjadi kendala adalah persaingan antar bank, dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.