

ABSTRAK

Andrean Sajidin. 1101160267, 2017. *Strategi Pemasaran Jasa di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I)_Dra. Naimah, M.H. (II). Arie Sulistyoko, S.Sos, M.H

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, dan jasa.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar bank dalam memasarkan produk jasa. Dalam memasarkan jasa agar ketertarikan masyarakat lebih memilih bank BSM KCP Barabai, bank harus memiliki strategi pemasaran yang baik, selain itu bank juga perlu mencari tahu apa saja kendala dalam memasarkan produk jasa di Bank Syariah Mandiri KCP Barabai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai dan untuk mengetahui kendala-kendala apasaja yang dihadapi dalam memasarkan jasa di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri KCP Barabai. Metode penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif. Data diperoleh penulis dengan menggunakan teknik wawancara, dengan jumlah responden sebanyak 5 orang. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KCP Barabai jalan Ir. PMH. Noor. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan teknik editing dan kategorisasi yang kemudian dianalisis secara kualitatif dengan acuan landasan teori.

Hasil analisis dari penelitian ini strategi pemasaran jasa di Bank Syariah Mandiri Barabai (BSM) KCP Barabai dalam memasarkan produk jasa itu sudah berjalan dengan bagus atau baik, hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang dari tahun ke tahun jumlahnya meningkat. Strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai dengan menggunakan beberapa strategi, yaitu: memasarkan produk jasa kepada instansi-instansi, membagikan brosur, promosi lewat spanduk, menggunakan iklan, melakukan promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Kendala yang didapatkan dalam memasarkan sebuah produk jasa berlangsung pada Bank Syariah Mandiri KCP Barabai adalah sebagai berikut: *Human Error* dimana tidak terlepas dari kesalahan dari individu itu sendiri. Pelaksanaan marketing sendiri banyak masih melakukan kesalahan dalam memasarkan sebuah jasa dan kurangnya minat masyarakat. Namun pihak pemasar mencoba terus mengenalkan serta menawarkan sebuah jasa yang ada di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai dan faktor eksternal yang menjadi kendala adalah persaingan antar bank yang sudah mulai bersaing, minat calon nasabah terhadap bank syariah, dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.