ABSTRAK

Wardenny. 2017. *Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah BRI Syariah Banjarmasin*, Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I)Drs. Nispan Rahmi M. Ag (II) Abdul Hafiz Sairazi SHI, MHI

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Tabungan Faedah

Penelitian ini berlatar belakang oleh semakin kompetitifnya bank dalam memasarkan produk penghimpunan dana. Produk penghimpunan dana yang banyak diminati di BRISyariah Banjarmasin adalah produk Tabungan Faedah yang berakad *wadi'ah* bersifat sederhana dan ringan baik setoran awal, setoran minimum dan saldo minimum dibandingkan tabungan lainnya. BRISyariah perlu strategi pemasaran yang baik serta mengevaluasi kendala yang dihadapi agar Tabungan Faedah semakin meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRI Syariah Banjarmasin, serta mengetahui kendala-kendala yang dihadapi BRI Syariah dalam pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh merupakan hasil dari wawancara dengan informan, Data yang diperoleh dianalisis, kemudian disajikan.

Penelitian ini menghasilkan temuan, yaitu: pertama, strategi pemasaran yang diformulasikan BRISyariah Banjarmasin 4P menjadi ke 7P sebagai berikut: Strategi *Price, Place, People, Promotion, Product, Phsycal evidence dan Procces* selalu mengalami kenaikan nasabah tiap tahunnya. Kedua, kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk tabungan faedah adalah Tekanan Persaingan antar perbankan, Kekurangan informasi, Pola pikir masyarakat, sosial media dan Menjalin hubungan baik dengan pelanggan.