

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh**” disusun oleh Erfi Nogia dengan NIM : 3316.102, Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, atas Bimbingan Ibu Rahmi, MA.

Yang melatar belakangi penulis memilih judul ini dikarenakan penulis ingin mengetahui metode pemasaran yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh dalam memasarkan Produk Tabunga iB Hijrah Rencana Berhadiah. Tabungan ini mempunyai keunggulan dengan memberikan hadiah di awal namun jumlah nasabahnya masih sedikit. Untuk itu penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi pemasaran produk tabungan iB hijrah rencana berhadiah di bank Muamalat kantor cabang pembantu Payakumbuh dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penulis menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pihak marketing di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh untuk mendapatkan data dan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh cukup unggul. Dimana strategi S-O dengan total skor 4,39 artinya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh mampu menggunakan seluruh kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh dalam memasarkan produk Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah yaitu terdapatnya perbedaan antara produk tabungan iB hijrah rencana berhadiah dengan produk lain yang tidak menawarkan hadiah di awal kepada nasabah dan pemasaran produk yang telah memiliki terget tersendiri serta produk yang menarik.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Produk Tabungan