

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Peran Marketing dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah”** yang disusun oleh **Rosa Fitriyana, NIM 3317302**, program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini yaitu rendahnya pengetahuan masyarakat Bukittinggi mengenai produk bank syariah baik itu nasabah bank syariah sendiri maupun masyarakat lainnya. Terlebih lagi dengan istilah-istilah produk dan layanan perbankan syariah yang menggunakan bahasa Arab

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui peran marketer BSM KC Bukittinggi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi pada BSM KC Bukittinggi. Tujuan dari Penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran marketing dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada BSM KC Bukittinggi bahwa strategi yang digunakan marketer dalam memperkenalkan produk BSM adalah: *Pertama*, sosialisasi yang dilakukan di sekolah-sekolah, rumah sakit, dinas-dinas lainnya dan masyarakat. *Kedua*, presentasi yang dilakukan menggunakan PPT sebagai bahan utama. *Ketiga*, promosi yang dilakukan melalui penyebaran brosur dan media sosial. peran marketing dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah belum efektif karena masih adanya kendala yang dihadapi BSM KC Bukittinggi. Adapun kendala yang dihadapi BSM KC Bukittinggi yaitu masyarakat lebih cenderung melihat ke fitur *price* atau angsuran dan juga biaya bukan ke fitur syariahnya dan kurangnya minat masyarakat untuk mengetahui pengetahuan tentang bank syariah karena masyarakat menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama.

Kata kunci: Peran Marketing, Pengetahuan Masyarakat, dan Produk Perbankan