

## ABSTRAK

**Hisyam Al Qodri , 2020.** Penerapan Strategi *Marketing* pada Tabungan *Wadiah* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, IAIN Madura Pembimbing: H. Mohammad Bashri Asyari MA.

**Kata Kunci:** *Strategi Marketing, Tabungan Wadiah*

Strategi Marketing merupakan suatu proses taktik segala kegiatan (program perencanaan) secara efektif dan efisien, guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus dikelola sebaik-baiknya dan manajer pemasaran harus memainkan peranan penting dalam perencanaannya. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari penerapan strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS sarana Prima Mandiri Pamekasan.

penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah Kepala bagian marketing di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, AO Funding di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, dan dengan beberapa nasabah yang menabung dengan tabungan Wadiah di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: strategi marketing yang dilakukan BPRS Sarana Prima Mandiri dalam meningkatkan jumlah nasabah di lakukan a). pengenalan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, b). Hasil strategi marketing di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan c). produk tabungan wadiah merupakan produk unggulan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Dampak penerapan strategi marketing a). BPRS sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan door to door sebelum promosi agar membentuk pemahaman nasabah terhadap produk tabungan wadiah. b). adanya rasa kepercayaan penuh nasabah kepada pihak BPRS Sarana Mandiri Pamekasan.