

ABSTRAK

Rizki Nur Aisyah, 2022, *Implementasi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Produk Deposito Di BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: H. Abdul Mukti Thabrani, Lc.M.H.I.

Kata Kunci: Implementasi, Marketing Syariah, Produk Deposito, BPRS Sarana Prima Mandiri.

BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran Pamekasan merupakan lembaga keuangan mikro tidak berbasis riba. Peneliti tertarik untuk meneliti taktik marketing produk Deposito karena produk ini merupakan produk unggulan BPRS SPM Bandaran yang hanya dengan kurun waktu baru empat bulan *launching* meraup dana deposito sebesar 12 milyar.

Terdapat dua fokus penelitian yang diambil peneliti, dimana mengenai: 1) Bagaimana penerapan marketing syariah pada produk Deposito di BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran Pamekasan? 2) Bagaimana peningkatan jumlah nasabah produk Deposito di BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran Pamekasan?

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif jenis deskriptif (*field reseach*) atau penelitian lapangan, dimana menggambarkan dan menguraikan data menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Implementasi marketing syariah di produk deposito berhadiah dilakukan BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran Pamekasan dengan merujuk ke perspektif ekonomi Islam, yaitu: *Shiddiq* (Jujur atau Benar), marketing bersikap jujur dan benar seperti memberikan informasi kepada calon nasabah dalam mengenalkan produk dengan sejujur-jujurnya. *Amanah* (Terpercaya), marketing terbukti dapat dipercaya serta kredibel dalam bekerja. *Fathanah* (Cerdas), marketing cerdas dalam menyikapi dan mengurus segala kegiatan di sistem marketing. *Tabligh* (Komunikatif), marketing sangat komunikatif dengan konsumen (nasabah) dalam menyampaikan prosedur dan mengenalkan produk. 2) Ada tiga Metode marketing syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah yakni: Metode *door to door*, dengan mengunjungi rumah calon nasabah dengan mengenalkan produk deposito berhadiah, metode ini masuk ke dalam strategi marketing syariah promosi. Metode kolektif, dilakukan dengan bekerja sama antar beberapa pihak seperti developer perumahan, PDAM serta natasya *clinic*, metode ini masuk ke dalam strategi marketing syariah harga dan tempat. Metode brosur, dilakukan dengan menyebarkan brosur produk deposito berhadiah di lokasi strategis yaitu pasar Bandaran, metode ini masuk ke dalam strategi marketing syariah produk.