

ABSTRAK

Inneke Farandika, 2023, *Strategi Pemasaran Produk iB Hasanah Card dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah di BSI KCP Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing : H. Wadhan, S.E M.S.i.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, dan iB Hasanah Card.*

Strategi pemasaran produk sangat penting bagi setiap perusahaan khususnya di BSI KCP Sumenep sebagai kunci utama dalam upaya peningkatan jumlah nasabah dan dalam upaya peningkatan jumlah pengguna iB Hasanah Card. Penelitian ini dilakukan sebab peneliti menemukan adanya hal menarik yang berhubungan dengan daya tarik yang membuat konsumen memilih menggunakan produk iB Hasanah Card dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini erat kaitannya dengan strategi promosi yang dilakukan BSI Syariah dalam memasarkan produknya. Hal tersebut juga merupakan komponen terpenting yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga tersebut.

Terdapat dua fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, Bagaimana strategi pemasaran produk iB Hasanah Card di BSI KCP Sumenep, *kedua* apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran produk iB Hasanah Card di BSI KCP Sumenep. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi pemasaran produk iB Hasanah Card di BSI KCP Sumenep. Serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran produk iB Hasanah Card. Variabel dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk iB Hasanah Card dan jumlah nasabah BSI KCP Sumenep. Untuk mencapai tujuan tersebut maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang dalam penelitian ini dibedakan diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan di BSI KCP Sumenep adalah strategi promosi sekaligus personal *selling* dimana pihak BSI KCP Sumenep akan terjun langsung menghampiri nasabah untuk mempromosikan atau menawarkan produk iB Hasanah Card, hal ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah dan menggunakan produk iB Hasanah Card tersebut. Dalam penerapan strategi pemasaran tersebut terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat yang dapat ditemukan. Faktor pendukung dari penerapan strategi ini berupa faktor produk, tempat atau lokasi, serta bonus atau reward. Sedangkan untuk faktor penghambat dalam penerapan strategi pemasaran produk iB Hasanah Card ini adalah faktor pesaing dan faktor tidak cukup modal. Oleh karena itu hendaknya BSI KCP Sumenep hendaknya memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengatasi faktor penghambat tersebut.

