

ABSTRAK

Moh. Sofwatul Bari, 2023, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah Indonesia (KCP Trunojoyo 1 Sumenep)*, Skripisi, Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing : Dr. H. Rudy Haryanto, S,ST.M.M

Kata Kunci: *Manajemen pemasaran, Strategi, Buaran Pemasaran, Analisis SWOT.*

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan untuk merencanakan, menindak, mengawasi, dan mengevaluasi segala hal yang ada hubungannya dengan proses mengenalkan produk dan jasa kepada konsumen dan masyarakat luas.

Terdapat dua fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana manajemen pemasaran Bank Syariah Indonesia dalam perspektif bauran pemasaran, *kedua*, bagaimana analisis kesenjangan Bank Syariah Indonesia dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, serta pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Bauran pemasaran yang dilakukan oleh BSI KCP Trunojoyo 1 Sumenep dalam produknya adalah menawarkan produk yang memiliki kualitas dan memiliki kegunaan atau manfaat yang sangat besar. Memberikan Harga pada produk atau jasa yang sangat terjangkau dan relatif murah. Tempat pemasaran yang bisa diakses dengan sangat mudah dan nyaman, dan juga memiliki akses ke bebrbagai lokasi bisnis. BSI KCP Trunojoyo 1 Sumenep juga mempromosikan perusahaan dan produknya melalui media cetak seperti brosur atau banner, dan juga menggunakan media sosial seperti Instagram. 2). Analisis SWOT pada BSI KCP Trunojoyo 1 Sumenep memiliki kekuatan untuk menghadapi persaingan dengan sumber pendanaan yang besar, citra perusahaan yang telah dikenal utamanya pelaku UMKM, harga yang bersaing dengan pesaing lainnya dan juga terus melakukan inovasi dan terobosan baru. Kelamahannya adalah fasilitas pelayanan yang masih belum optimal dan masih minimnya kualitas SDM dan tenaga ahli yang dimiliki, akan tetapi peluang yang dimiliki juga sangat besar, seperti pasar yang akan dikuasai, dan penggunaan digital banking sebagai media pelayanan yang memudahkan nasabah. Ancaman yang akan dihadapi berupa pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah dan juga kuatnya peran bank konvensional dalam kehidupan masyarakat, bank syariah juga harus melakukan pembaruan media digital dalam persaingan bisnis seperti sekarang yang sudah menggunakan teknologi.