

ABSTRAK

Moh. Hasan, 2023, *Penerapan Strategi Promosi dalam Pemasaran Produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Progran studi Perbankan Syariah, Insitut Agama Islam Negeri Madura, IAIN Madura , Pembimbing: **Moch. Cholid Wardi, M.H.I.**

Kata Kunci : Strategi Promosi, Pemasaran, Produk Tabungan Multiguna.

Kurangnya minat masyarakat terhadap promosi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, hal ini dikarenakan masyarakat lebih memilih bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah, hal tersebut menjadi salah satu penyebab kurangnya minat nasabah pada produk yang ditawarkan BPRS khususnya Tabungan Multiguna. Hal ini menjadi tantangan bagi BPRS untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat supaya bisa tertarik dengan produknya. Oleh sebab itu BPRS harus mempunyai strategi promosi yang baik untuk mencari dan menarik minat masyarakat dengan memiliki inovasi terbaru agar lebih memilih produk yang ditawarkan olrh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Berdasarkan penjelasan diatas muncul beberapa fokus penelitian sebagai berikut:1) Bagaimana Implementasi Strategi Promosi Dalam Pemasaran Produk Tabungan Multiguna Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan,2) Faktor Apa Saja Yang Mendukung Dalam Pemasaran Produk Tabungan Multiguna Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan,3) Faktor Apa Saja yang Menghambat Dalam Pemasaran Produk Tabungan Multiguan Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang di peroleh dari manajer BPRS Sarana Prima Mandiri pamekasan, karyawan pada bagian Tabungan, dan nasabah. Penggunaan penelitian ini adalah untuk mencocokkan antara realita yang ada dilapangan dengan teori yang berlaku.

Hasil penelitian yang di dapatkan yaitu:1) Strategi promosi yang digunakan yaitu *door to door* dan media sosial. Dengan adanya strategi *door to door* dilakukan oleh karyawan dapat membantu masyarakat untuk lebih mngetahui tentang Produk yang dimiliki BPRS Sarana Prima Manandiri Pamekasan, begitupun dengan menggunakan media sosial seperti, WA, IG, FB dan juga media sosial lainnya. Sehingga dapat menari minat masyarakat untuk menggunakan produk BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. 2) Faktor pendukung dalam penerapan strategi promosi dalama pemasaran produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu, adanya beberapa layanan yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi sehari-hari. 3) Faktor penghambat dalam penerapatan strategi promosi dalam pemasaran produk tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu, competitor yang semakain banyak dan tidak adanya ATM, faktor inilah yang menjadi penghambat bagi BPRS dalam melakukanpromosi.