

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Transaksi Syariah Dalam Menarik Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia” ini ditulis oleh Alfin Irfianto, NIM. 12402183354, pembimbing Dr. H. Asmawi, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya Bank Syariah Indonesia yang pada saat ini sedang berkembang. Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan sebagaimana strategi merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi adalah wujud rencana dalam bidang pemasaran yang ditetapkan dan dijalankan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya hingga menarik minat nasabah. Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya dalam hal menabung dalam Bank Syariah Indonesia dimana menabung yang dilakukan oleh pihak pemilik dana atau nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia khususnya pada daerah Bojonegoro. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro dalam menarik minat nasabah untuk menabung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran transaksi syariah terhadap minat menabung masyarakat di BSI Bojonegoro?, 2) Bagaimana minat masyarakat terhadap transaksi syariah di BSI Bojonegoro?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif atau penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Lokasi penelitian berada di Ds. Klagon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini dilakukan menggunakan sumber data primer yang didapatkan secara langsung dan sumber data sekunder yang didapatkan dari media lain seperti buku, jurnal dan lain-lain. Dalam teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan dengan triangulasi dan perpanjangan kehadiran penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI KC Bojonegoro melakukan sosialisasi secara langsung dan tidak langsung serta menggunakan marketing mix yang meliputi strategi produk, harga, promosi dan tempat pada produk tabungan BSI, setelah melakukan strategi pemasaran, BSI diharapkan dapat meningkatkan atau mengaktifkan tahap-tahap pemasaran dengan melihat kondisi lapangan sehingga dapat menggunakan strategi yang tepat dalam memperkenalkan produk tabungan BSI.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Minat Menabung, BSI

ABSTRACT

The thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy for Sharia Transactions on Public Interest in Savings at Indonesian Sharia Banks" was written by Alfin Irfianto, NIM. 12402183354, adviser Dr. H. Asmawi, M.Ag.

This research is motivated by the existence of an Indonesian Islamic Bank which is currently developing. Marketing strategy is a very important thing for companies as strategy is a way to achieve company goals. Strategy is a form of plan in the marketing field that is determined and executed in order to achieve predetermined goals to attract customers' interest. Interest is a strong impetus for someone to do everything in order to achieve the goals and ideals that become his desire in terms of saving in Indonesian Islamic Banks where saving is done by the owner of the funds or customers to save at Bank Syariah Indonesia especially in the Bojonegoro area. The purpose of this study is to find out how the strategy of Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro in attracting customers to save.

The formulation of the problem in this study is 1) How is the marketing strategy of sharia transactions on people's interest in saving at BSI Bojonegoro?, 2) How is the public's interest in sharia transactions at BSI Bojonegoro?

This study uses a qualitative approach or field research that is descriptive. The research location is in Ds. Klangon, District. Bojonegoro, Bojonegoro Regency. This research was conducted using primary data sources obtained directly and secondary data sources obtained from other media such as books, journals and others. In data collection techniques using observation, interviews, and documentation. In the data analysis technique using data reduction, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of findings by triangulation and extension of research attendance.

The results showed that: The results showed that BSI KC Bojonegoro carried out direct and indirect socialization and used a marketing mix which included product, price, promotion and place strategies on BSI savings products. field conditions so that they can use the right strategy in introducing BSI savings products

Keywords: Marketing Strategy, BSI Savings, IIB