UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

AsmaBorsu (2018) : Strategi Pemasaran Tabungan Wadiah Pada Islamic Bank Of Thailand Cabang Palas Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Latar belakang penelitian ini berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas, di mana tingkat jumlah nasabah bank tersebut menurun dan ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang telah diterapkan *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam strategi pemasaran pada *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas, dan bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran yang diterapkan *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas.

Penelitian ini dilakukan pada *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas. Dalam penelitian penulis menggunakan teknik analisa data kualitatif . Populasi dalam penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri 1 orang manager, 1 orang asisten manager, 1 orang personalia, 2 orang teller, 2 orang financing dengan teknik pengambilan sampel *total sampling.* Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yaitu manager, asisten manager, personalia, teller dan financing pada *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tulisan atau buku-buku dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas menggunakan strategi pemasaran dalam memasarkan tabungan Wadi'ah dengan menggunakan strategi 4P yaitu strategi produk *(product),* harga *(price)* tempat *(place),* dan promosi *(promotion)*

Faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran tabungan Wadiah pada *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas. Faktor pendukungnya yaitu pelayanan prima terhadap nasabah, dan faktor teknologi. Faktor penghambat dalam strategi pemasaran tabungan Wadi'ah yaitu kurangnya kesadaran masyarakat terhadap tabungan Wadi'ah, pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih rendah, lokasi terbilang masih sulit terjangkau, masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syariah dan mengganggapnya sama dengan bank konvensional.

Tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran tabungan Wadiah pada *Islamic Bank Of* Thailand Cabang Palas dalam meningkatkan jumlah nasabah telah sesuai dengan teori dalam ekonomi syariah, karena dalam teori ekonomi syariah strategi pemasaran produk harus memperhatikan pada *place* (tempat), *product* (produk), price (harga) dan *promotion* (promosi)