

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP JUMLAH TABUNGAN PADA PT BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU MARELAN RAYA

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Strategi pemasaran yang sering kali diterapkan oleh perusahaan maupun perbankan adalah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Sebagai salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia, PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan Raya juga memiliki strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan triangulasi yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dilakukan dengan bauran pemasaran 7P yaitu *product* (produk) *place* (tempat), *price* (harga) *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Tantangan strategi pemasaran yaitu kurangnya pengetahuan dari masyarakat tentang produk apa saja yang ditawarkan di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan Raya serta peluangnya yakni PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya lebih meningkatkan sosialisasi agar masyarakat mengetahui produk PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan Raya.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Jumlah Tabungan