

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Pada Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1

Niza Mauliza Rahmadanti

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75388&lokasi=lokal>

Abstrak

Niza Mauliza Rahmadanti, 1707025027, Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Pada Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1, Dosen Pembimbing Mitra Sami Gultom M.E.I

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Margonda 1 serta mengetahui Analisa SWOT dalam menentukan strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana penulis menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta sumber yang terdapat di Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1. Hasil dari penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1 melakukan strategi pemasaran yang dijelaskan dalam bauran pemasaran atau marketing mix dengan menggunakan variabel 4P (Produk, Tempat/Lokasi, Harga, dan Promosi) yang telah diterapkan secara maksimal pada strategi pemasaran produk Gadai Emas yang di lakukan Bank Syariah KC Depok Margonda 1 sehingga mengalami peningkatan nasabah dari tahun-tahun sebelumnya yang dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1 Implementasi promosi produk gadai emas (rahn) yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1, yaitu dengan cara memberikan informasi kepada nasabah dengan cara menyebar brosur di Banking Hall kepada nasabah yang ingin tahu tentang produk-produk Bank Syariah Indonesia, dengan cara itu Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1 bisa lebih efektif memberikan informasi kepada nasabah yang datang langsung ke Bank Syariah Indonesia KC Depok Margonda 1.