

ABSTRAK

Inayah Ansyari Putri. 105251108721.2021 Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Bank Sulselbar Syariah Kabupaten Kepulauan Selayar. Dibimbing oleh **Hasanuddin** dan **Ulil Amri**

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh Bank Sulselbar Syariah guna meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Kabupaten Kepulauan Selayar. Analisis ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat literasi masyarakat mengenai sistem keuangan syariah, yang diidentifikasi sebagai salah satu faktor penghambat dalam pertumbuhan basis nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan perlunya strategi pemasaran yang efektif, edukatif, dan kontekstual.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data penelitian dihimpun melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah seorang pegawai Bank Sulselbar Syariah yang memiliki peran langsung dalam kegiatan pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berfokus pada pendekatan langsung ke komunitas yang memiliki kesadaran syariah tinggi, seperti lembaga keagamaan. Selain itu, pemanfaatan media sosial, seperti status WhatsApp, serta edukasi informal melalui kegiatan keagamaan dan pertemuan sosial, juga menjadi bagian integral dari strategi tersebut. Pendekatan ini dinilai efektif dalam memperkenalkan produk-produk spesifik, seperti tabungan haji, giro wadiah, dan deposito mudharabah. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan, yaitu rendahnya pemahaman masyarakat terhadap perbedaan mendasar antara sistem perbankan konvensional dan syariah, serta kuatnya pola pikir yang masih berorientasi pada bunga. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa peran edukatif yang konsisten dari pihak bank sangat krusial untuk membangun kesadaran dan loyalitas masyarakat terhadap produk-produk syariah.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Perbankan Syariah, Minat Masyarakat, Bank Sulselbar Syariah