

## IKHTISAR

**Iqmal Muhadi Siregar, NIM 54.15.4.191, Judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Tabungan iB Muamalat Pada PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sisingamangaraja Medan”.**

Tabungan iB Muamalat merupakan tabungan yang sangat bagus di Bank Muamalat, dari mulai adanya pembukaan tabungan iB Muamalat dari tahun-tahun yang lalu sampai sekarang sudah begitu banyak nasabah yang menabung baik yang aktif maupun yang tidak aktif, di Bank Muamalat kantor cabang pembantu Sisingamangaraja Medan lebih banyak nasabah yang meminjam dari pada menabung karena Bank Muamalat kantor cabang pembantu Sisingamangaraja Medan adalah Bank corporate yang peminjamnya lebih besar dibandingkan Bank Muamalat lainnya sehingga di Bank Muamalat lebih banyak yang mengajukan pembiayaan pinjaman yang berjumlah besar dibandingkan menabung yang berjumlah besar. Sehingga karyawan funding sedikit kesulitan dalam mencari nasabah yang ingin menabung dengan jumlah besar. Rumusan dalam penelitian ini adalah 1. Program apakah yang dilakukan dalam strategi pemasaran produk tabungan iB muamalat prima ? 2. Faktor apakah yang mempengaruhi ketidak berhasilan penjualan tabungan prima ? 3. Konsumen manakah yang dituju dalam pemasaran produk tabungan iB Muamalat prima ? 4. Kepuasan seperti apakah yang diinginkan nasabah ? Metodologi yang digunakan adalah salah satunya ada program yang dilakukan menggunakan bauran pemasaran dengan memberikan produk yang unggul, harga yang relatif murah bagi masyarakat dan memberikan bagi hasil yang tinggi, tempat yang strategis dalam memasarkan produk iB Muamalat di pasar yang banyak pengusahanya. Salah satu faktor ketidak berhasilan penjualan tabungan yaitu adanya ketidak berhasilan dalam *marketing mix* atau bauran pemasaran yang gagal dalam pemasaran produk tabungan iB Muamalat

yang menyebabkan itu salah satunya juga fitur maupun bagi hasil yang kurang bersaing di bank konvensional.