

## ABSTRAK

**Muhammad Fajrinnida, 1820510075, Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2**

Adanya minat para nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menjadikan terciptanya sebuah strategi yang dilakukan sehingga produk dapat dikenal dan diterima baik oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan efektivitas yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam menghimpun dana masyarakat pada produk tabungan wadiah. Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang berbasis syariah. Adapun jenis pendekatan yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), dan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu data primer dan sekunder.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 sudah tepat, karena dapat meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah. Dalam menghimpun dana khususnya pada produk tabungan wadiah, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menggunakan strategi yang efektif yaitu menggunakan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) dimana strategi tersebut berupa 4P (*product, place, price, promotion*).

**Kata Kunci:** *Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, Strategi marketing mix, Tabungan Wadiah*