

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul “**Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**”. Tugas Akhir ini ditulis oleh **Defli Okta Putra NIM. 1403050243** Jurusan DIII Manajemen Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Adapun rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana strategi pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

Metode penelitian dalam tugas akhir ini adalah penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data primer dari hasil wawancara langsung dengan pihak *Marketing* Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Data sekunder diperoleh dari buku-buku dan refensasi lain yang relevan dengan objek yang teliti. Data-data yang diolah dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu data yang diolah dalam bentuk kalimat dan tidak berbentuk angka.

Dalam tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan iB Multiguna yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu menggunakan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) diantaranya *product, price, place, promotions, people, process, Physical Evidence*. Untuk itu pihak Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang harus menekankan kepada petugas *Marketing* untuk lebih giat dan fokus dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk tabungan iB Multiguna.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan iB