

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan industri perbankan syariah di Indonesia di tengah pangsa pasar perbankan syariah yang masih relatif rendah dibandingkan perbankan konvensional. Kondisi tersebut mendorong bank syariah untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan prinsip syariah guna meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan konsep *Sharia Marketing Mix* (7P) pada produk Deposito KB S-Investa (*Smart Investment*) serta mengetahui strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan minat nasabah di KB Bank Bukopin Syariah Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan karena pentingnya penerapan strategi pemasaran yang tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Produk Deposito KB S-Investa merupakan salah satu produk unggulan bank yang menggunakan akad mudharabah dengan sistem bagi hasil sesuai prinsip ekonomi Islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pihak *marketing*, *customer service/Teller*, serta nasabah KB Bank Bukopin Syariah Surabaya. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan konsep *Sharia Marketing Mix* (7P) yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh pihak bank.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Sharia Marketing Mix* pada produk Deposito KB S-Investa telah diterapkan dengan cukup baik dan sesuai dengan prinsip syariah. Strategi pemasaran dilakukan melalui promosi di media sosial, sosialisasi secara langsung kepada masyarakat, pelayanan yang ramah dan profesional, proses transaksi yang mudah, serta fasilitas yang mendukung kenyamanan nasabah. Selain itu, sistem bagi hasil yang kompetitif dan bebas unsur riba, pelayanan yang baik menjadi faktor utama dalam menarik minat nasabah terhadap produk deposito syariah tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran syariah yang diterapkan dinilai cukup baik dalam meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk Deposito KB S-Investa di KB Bank Bukopin Syariah Surabaya.

Kata Kunci: Deposito KB Investa, Ekonomi Syariah, Minat Nasabah, Sharia Marketing mix, KB Bank Bukopin Syariah

ABSTRACT

This study is motivated by the increasingly intense competition in the Islamic banking industry in Indonesia, while the market share of Islamic banking remains relatively low compared to conventional banking. This condition encourages Islamic banks to implement effective marketing strategies that are in line with Islamic principles in order to increase public interest in the products offered.

This study aims to analyze the implementation of the Sharia Marketing Mix (7P) concept in the KB S-Investa Deposit (Smart Investment) product and to identify Islamic marketing strategies in increasing customer interest at KB Bank Bukopin Syariah Surabaya. This research was conducted due to the importance of implementing marketing strategies that not only focus on achieving profit but also emphasize Islamic values such as honesty, transparency, fairness, and quality service to customers. The KB S-Investa Deposit is one of the bank's flagship products that utilizes a mudharabah contract with a profit-sharing system in accordance with Islamic economic principles.

The research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving marketing staff, customer service officers/tellers, and customers of KB Bank Bukopin Syariah Surabaya. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This study used the Sharia Marketing Mix (7P) concept, consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, to analyze the Islamic marketing strategies implemented by the bank.

*The results indicate that the implementation of the Sharia Marketing Mix in the KB S-Investa Deposit product has been carried out effectively and in accordance with Islamic principles. Marketing strategies are implemented through social media promotions, direct socialization to the community, friendly and professional services, easy transaction processes, and facilities that support customer convenience. In addition, a competitive profit-sharing system free from *riba* (interest) and excellent service are the main factors attracting customers to this Islamic deposit product. Therefore, the Islamic marketing strategy implemented by the bank is considered effective in increasing public trust and customer interest in the KB S-Investa Deposit product at KB Bank Bukopin Syariah Surabaya.*

Keywords: *Customer Interest, Islamic Economics, KB Bank Bukopin Syariah, KB Investa Deposit, Sharia Marketing Mix.*