

ABSTRAK

Surajjiah. 2017. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Mashunah Hanafi, MA., (II) H. Abdul Gafur, L.Ph., MA.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Warung Mikro.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya sektor UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah), yaitu usaha kerakyatan yang saat ini mendapat perhatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh undang-undang, maka untuk memberdayakan UMKM tersebut haruslah mendapat dukungan pembiayaan dari perbankan. Karena Bank Syariah Mandiri memiliki produk pembiayaan yang diperuntukan bagi sektor UMKM yaitu produk pembiayaan warung mikro, maka Bank Syariah Mandiri bisa berkesempatan mengambil keuntungan dari para pelaku sektor UMKM tersebut, namun persaingan saat ini semakin ketat, yaitu telah banyak produk-produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank lain, maka penulis jadi tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai strategi pemasaran dari produk warung mikro tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin. Di samping itu, untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh pemasar ketika memasarkan Produk Warung Mikro ke masyarakat beserta upaya penyelesaiannya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Karenanya, untuk memperoleh data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan wawancara kepada staff pemasar Warung Mikro Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin dan dokumentasi dengan cara pengumpulan data-data yang dibutuhkan. Setelah data terkumpul kemudian diolah melalui proses editing dan kategorisasi. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif, yaitu menggambarkan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin beserta apa saja yang menjadi kendala dalam memasarkan produk tersebut dan cara mengatasinya.

Adapun hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin berjalan dengan cukup baik, hal tersebut dapat dilihat dari perencanaan dan pelaksanaan pemasaran serta dilihat dari respon baik dari nasabah. Adapun yang menjadi kendala pemasaran produk pembiayaan warung mikro ini adalah karena banyaknya saingan dan kendala lainnya berasal dari nasabah itu sendiri. Tetapi, semua kendala tersebut bisa diatasi oleh pemasar warung mikro.