

ABSTRAK

Siti Jannah, 2018. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pendidikan dengan Akad Ijarah Multijasa di BNI KCS Banjarmasin*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Naimah, MH. (II) H. Abdul Gafur, Lc, MHI.

Kata Kunci: BNI KCS Banjarmasin, Strategi Pemasaran, , Pembiayaan Pendidikan, Akad Ijarah Multijasa.

Latar belakang penelitian ini adalah BNI KCS Banjarmasin yang memiliki produk pembiayaan pendidikan dan belum berjalan dengan sebagaimana yang diharapkan yang terlihat dari belum ada nasabah yang menggunakan pembiayaan ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh BNI KCS Banjarmasin dalam memasarkan produk multiguna iB hasanah pada pembiayaan pendidikan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, dan mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi memasarkan produk pendidikan di BNI KCS Banjarmasin .

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Responden dalam penelitian ini adalah pihak BNI KCS Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan strategi BNI KCS Banjarmasin dalam memasarkan multiguna iB hasanah pada pembiayaan pendidikan dengan akad ijarah multijasa adalah: 1) BNI KCS Banjarmasin menerapkan strategi dengan terjun langsung ke instansi- instansi terkait yang berpotensi untuk melakukan pembiayaan seperti SMA GIBS, 2) melakukan periklanan, 3) melakukan promosi kepada nasabah yang sudah hampir melunasi pembiayaan lain, namun kendala yang dihadapi BNI KCS Banjarmasin tidak dapat dihindarkan sehingga membuat produk tersebut kurang diminati karena sebab sebagai berikut : 1) Produk multiguna iB hasanah pada pembiayaan pendidikan bukan produk unggulan BNI KCS Banjarmasin atau bukan prioritas sehingga mereka kurang gencar dalam pemasarannya, 2) Kendala rumitnya persyaratan calon nasabah dalam mengajukan pembiayaan pendidikan, 3) Masih rendahnya Pemahaman masyarakat memahami betul produk-produk bank syariah, 4) Terbatasnya jaringan kantor syariah dan 5) Kehadiran Bank syariah dan lembaga keuangan Lain 6) Minimnya minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan pendidikan. Hasil analisis bahwa strategi pemasaran yang diterapkan BNI KCS Banjarmasin belum mampu meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan Multiguna iB hasanah pada pembiayaan pendidikan.