

ABSTRAK

Shanty. 2018. *Strategi Pemasaran iB Baitullah Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj Rusdiyah, MHI. (II) Sulaiman Kurdi, M.Si.

Kata Kunci: Strategi, pemasaran, iB Baitullah Hasanah.

Penelitian ini berlatarbelakang dari jumlah nasabah untuk produk iB Baitullah Hasanah yang tidak sebanyak produk lain yang dikeluarkan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran iB Baitullah Hasanah dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *deskriptif kualitatif*. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini ada dua orang pegawai dari BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Setelah data terkumpul, diolah melalui proses: editing dan deskripsi. Kemudian data dianalisis dengan analisis SWOT.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang diterapkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, tempat, dan promosi. Selain itu faktor yang mempengaruhi dalam memasarkan ada beberapa yaitu, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk yang dikeluarkan BNI Syariah, adanya pesaing dengan bank lain serta daftar tunggu untuk pergi haji cukup lama.