

## ABSTRAK

**Nur asiah Jamil.** 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Produk iB Hasanah Card Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin*, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. Mahmud Yusuf, M.SI (II) Drs. H. Syahrudi, M.Fil. I

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Produk, iB Hasanah Card

Penelitian ini dilatar belakangi oleh anggapan sebagian masyarakat yang masih menyamakan antara produk iB Hasanah Card dengan kartu kredit bank konvensional. Hal tersebut membuat persaingan antara bank syariah dan bank konvensional semakin pesat, maka dari itu pihak PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin perlu membuat suatu strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan bank konvensional.

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana analisis strategi pemasaran dan kendala-kendala yang di hadapi dalam memasarkan produk ib hasanah *card* pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif, berlokasi di PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin. Subjek dari penelitian ini adalah *sales assistent* dan *Funding Assistant*, sedangkan objek dari penelitian ini analisis strategi pemasaran produk ib hasanah *card* pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk iB hasanah *card* yang di gunakan adalah *marketing*, *cross selling*, brosur dan sosialisasi pada *event-event* tertentu. Sedangkan kendala-kendala yang dihadapi dari faktor internal dan eksternal adalah banyaknya lembaga keuangan lainnya yang juga memiliki produk serupa, kemudian biaya yang dikeluarkan untuk produk iB Hasanah Card setiap bulannya relatif mahal serta sebagian masyarakat yang beranggapan bahwa produk iB Hasanah Card sama dengan produk kartu kredit yang ada dibank konvensional.