

ABSTRAK

Siratul Rahmi.2018. *Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan BNI iB Hasanah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Pembimbing: (I) H. Haris Faulidi Asnawi, Lc, MSI., (II) Hj. Zulpa Makiah, S.Ag., M.Ag.

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Tabungan BNI iB Hasanah.

Berawal dari dinamika pertumbuhan produk tabungan BNI Syariah dilihat dari data nasabah yang menggunakan produk tabungan tersebut dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 mengalami pasang surut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reserch*) yang bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan kemudain hasil tersebut dapat dianalisis yang kemudian menghasilkan simpulan. Informan dalam penelitian ini adalah 4 orang yaitu 1 orang sales advisor dan 3 orang *Sales Assistant* di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yaitu strategi pemasaran yang diterapkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan menggunakan analisis bauran pemasaran 4P strategi produk dengan melakukan perluasan produk dengan dua akad yaitu akad *wadī'ah* dan mudarabah, menggunakan *branding* Hasanah dan produk tabungan BNI Syariah terbuka untuk semua kalangan tetapi yang sudah memiliki KTP. Strategi Harga dengan setoran awal Rp 100.000 dan bebas administasi perbulannya untuk akad *wadī'ah* sedangkan akad mudarabah terdapat bayar administrasi akan tetapi mendapatkan bagi hasil dari Bank 22: 78% (Nasabah:Bank). Strategi tempat dengan memilih lokasi yang sangat strategis karena berada persis disamping jalan raya utama kota, dan strategi promosi menggunakan periklanan melalui media internet, spanduk dan brosur. Strategi *personal selling* yaitu dengan memberikan penjelasan secara langsung kepada nasabah tentang produk tabungan BNI iB Hasanah. Strategi promosi penjualan yaitu sales marketing BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin melakukan kegiatan yang di beri nama "LUCKY DIP" di Duta Mall Banjarmasin dengan memberikan hadiah bagi nasabah yang membuka tabungan salah satunya produk tabungan BNI iB Hasanah. Strategi publisitas melakukan promo langsung kesekolah-sekolah dan instansi-instansi serta pembukaan *stand* promo dipusat perbelanjaan. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah, persaingan yang ketat, masih lekatnya budaya masyarakat menabung secara tradisional, keadaan ekonomi masyarakat melemah.