

ABSTRAK

Raudah Anisa. 2016. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Oto iB Hasanah Di BNI Syariah Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A. (II) Imam Alfiannor, MHI.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Pembiayaan Oto.

Penelitian ini bertolak dari perkembangan pembiayaan kendaraan bermotor di BNI Syariah Cabang Banjarmasin kurang baik. Masih banyak masyarakat yang melakukan pembiayaan kendaraan bermotor pada lembaga keuangan konvensional karena mereka masih menganggap bunga bank dan bagi hasil itu sama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah Cabang Banjarmasin dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan pembiayaan Oto iB Hasanah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara secara mendalam dan kemudian hasil tersebut dapat dianalisis yang kemudian menghasilkan simpulan. Informan dalam penelitian ini adalah 3 orang staf pemasaran pembiayaan di BNI Syariah Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yaitu strategi pemasaran yang diterapkan BNI Syariah Cabang Banjarmasin adalah membagikan brosur, memberikan *gift direct* kepada nasabah, *personal selling* dan mencoba bekerja sama dengan dealer. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah tawaran bagi hasil yang tinggi dari bank pesaing, banyaknya produk sejenis dari bank lain, pihak dealer yang mempunyai pembiayaan sendiri, dan sulitnya menjalin kerja sama dengan pihak *dealer*. Dari hasil penelitian ini, strategi pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah dilihat dari teori *marketing mix* yang menggunakan strategi 7P, dinilai telah sesuai dengan strategi pemasaran syariah. Namun tidak semua strategi pemasaran dijalankan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Dalam hal perkembangan pembiayaan Oto iB Hasanah masih kurang baik apabila dibandingkan dengan pembiayaan *murābahah* lainnya. Hal ini disebabkan masih banyak kendala yang dihadapi oleh pihak bank dalam memasarkan pembiayaan tersebut.