

## ABSTRAK

**Maulidina Azizah.** 2017. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Umrah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Sa'adah, S.Ag, MH (II) Rohana Faridah, SE, MM.

**Kata kunci.** Strategi Pemasaran. Pembiayaan umrah

Penelitian ini beranjak dari semakin banyaknya lembaga keuangan bank yang membuka jasa pelayanan produk pembiayaan umrah. Oleh karena itu, lembaga-lembaga keuangan tersebut harus mempunyai strategi-strategi yang tepat untuk menarik hati calon nasabahnya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: strategi pemasaran yang digunakan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan umrah, dan melihat strategi apa yang lebih efektif dalam pengembangan produk pembiayaan umrah ini.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara secara mendalam dan kemudian hasil tersebut dianalisis yang kemudian menghasilkan simpulan. Informan dari penelitian ini berjumlah dua orang.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang digunakan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/saluran distribusi) dan *promotion* (promosi), sehingga strategi pemasaran yang dijalankan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin berjalan dengan baik. Adapun strategi yang efektif dalam pengembangan produk pembiayaan umrah ini ada strategi promosi. Strategi promosi terhadap produk pembiayaan umrah yang akan ditawarkan kepada nasabah baru atau calon nasabah. Promosi ini juga dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama. Promosi dapat dilakukan dengan cara melalui iklan, promosi penjualan, penjualan langsung dan publisitas.