

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

By:
Muhammad Fadhil Abdillah

ABSTRACT

Banking in Indonesia in the modern era today, has many types of business fields. One of them is to provide services to help people own a home by providing loans or financing. But the amount of competition requires banks to implement good marketing strategies to be able to attract people using their services. A well-planned marketing strategy, will make it easier for banks to reach a target. Banks must have the advantages of services offered to the public so that people choose to use the services of banks to own a home, including Bank Syariah Indonesia. As a bank that uses sharia principles, Bank Syariah Indonesia provides financing to people who want to own a home by using an agreement in accordance with sharia principles, namely murabahah agreement in a product called Griya Hasanah. This research aims to find out the marketing strategy conducted by Bank Syariah Indonesia in marketing Griya Hasanah products. The source used as analysis material is to use qualitative analysis method by conducting interviews to several employees of Bank Syariah Indonesia and collecting information from several sources. The result of this study is Bank Syariah Indonesia using 4P marketing mix strategy consisting of product, price, place, and promotion. The marketing strategy conducted by Bank Syariah Indonesia has a positive impact on the target of achieving Griya Hasanah products.

Keywords: *Marketing strategy, Financing, 4P (product, price, place, promotion)*

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh:
Muhammad Fadhil Abdillah

ABSTRAK

Perbankan di Indonesia pada era modern saat ini, memiliki banyak jenis bidang usaha. Salah satunya yaitu memberikan jasa untuk membantu masyarakat memiliki rumah dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan. Namun banyaknya persaingan mengharuskan bank untuk menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk dapat menarik minat masyarakat menggunakan jasanya. Strategi pemasaran yang direncanakan secara matang, akan memudahkan bank untuk mencapai suatu target. Bank harus memiliki keunggulan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat agar masyarakat memilih menggunakan jasa dari bank untuk memiliki rumah, termasuk Bank Syariah Indonesia. Sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah, Bank Syariah Indonesia memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang ingin memiliki rumah dengan menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu akad murabahah dalam produk yang bernama Griya Hasanah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan produk Griya Hasanah. Sumber yang digunakan sebagai bahan analisis yaitu menggunakan metode analisis kualitatif dengan melakukan wawancara kepada beberapa pegawai Bank Syariah Indonesia dan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber. Hasil penelitian ini yaitu Bank Syariah Indonesia menggunakan strategi marketing mix 4P terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia memberikan dampak yang positif terhadap target pencapaian dari produk Griya Hasanah.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Pembiayaan, 4P (*product*, *price*, *place*, *promotion*)