

TINJAUAN PEMASARAN PRODUK iB HASANAH PADA BANK BNI

SYARIAH kcp SURAPATI CORE

Oleh :

Habbi Yusron Alamsyah

B00140060

Pembimbing

Teguh Iman Basuki, S,Kom.,MM

ABSTRAK

Studi ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan pemasaran produk iB Hasanah pada bank BNI Syariah, serta permasalahan pada bank BNI Syariah dalam memasarkan produk tersebut. Strategi pemasaran yang di gunkan oleh bank BNI Syariah menggunakan *marketing mix 7P* yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*.

Metode studi yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi pustaka dan penelitian lapangan, untuk memperoleh data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi dokumenter dengan mendatangi lokasi bank BNI Syariah kcp Surapati Core.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan bank BNI Syariah kcp Surapati Core terhadap produk Tabungan iB Hasanah untuk menarik minat nasabah dalam pemasaran. Produk Tabungan iB Hasaanah yang ditawarkan sangat bermanfaat dan harganya sesuai dengan harga pesaing. Promosi yang dilakukan melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan publisitas kemudian disalurkan dengan menggunakan saluran pemasaran langsung.

Kata Kunci : Tabungan iB Hasanah, dan *Marketing Mix*

**MARKETING REVIEW OF iB HASANAH PRODUCTS AT BNI
SYARIAH BANK KCP SURAPATI CORE**

By :

Habbi Yusron Alamsyah

B00140060

Supervisor :

Teguh Iman Basuki, S, Kom., MM

ABSTRACT

This study aim to find out how the marketing review of iB Hasanah products at BNI Syariah bank, as well as problems with BNI Syariah banks in marketing these products. The marketing strategy used by BNI Syariah banks uses 7P marketing mix, namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence.

The study method used a qualitative method, data collection techniques carried out are library studies and field research, to obtain data through observation, interviews and documentary studies by visiting BNI Syariah Bank kcp Surapati Core.

Based on the results of observations and interviews that have been conducted, it can be concluded that the strategies carried out by BNI Syariah bank to Surapati Core on the iB Hasanah Savings product to attract customers in marketing. IB Savings Products The benefits offered are very useful and the price is in accordance with the prices of competitors. Promotions carried out through advertising, sales promotion, personal sales and publicity were then channeled using direct marketing channels.

Keywords: iB Hasanah Savings, and Marketing Mix