

ABSTRAK

Damayanti, 2020, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di Unit Usaha Syariah Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Sampang Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, keunggulan Kompetitif*

Unit Usaha Syariah Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Sampang merupakan lembaga keuangan perbankan yang dalam kegiatan operasionalnya maupun produk bisnisnya dikembangkan dengan berlandaskan pada prinsip syariat Islam. Produk yang dimiliki beraneka ragam mulai dari produk pendanaan hingga produk pembiayaan yang tentunya sangat banyak diminati nasabah, sehingga bisa bersaing atau memiliki keunggulan kompetitif dengan Bank yang lainnya. Hal utama yang mendasari perlu adanya strategi pemasaran adalah karena produk yang dihasilkan tidak dapat mencari konsumennya sendiri, minimnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah dan kondisi pasar untuk suatu produk jasa sangatlah luas, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan lebih terarah dalam mencapai tujuan dan tentunya strategi pemasaran yang digunakan haruslah sesuai dengan etika dan prinsip pemasaran syariah.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan di Unit Usaha Syariah Bank Jatim KCP Sampang dalam ranah prinsip dan etika pemasaran syariah; *kedua*, bagaimana Keunggulan kompetitif produk pembiayaan di Unit Usaha Syariah Bank Jatim KCP Sampang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah pimpinan Unit Usaha Syariah Bank JatimSampang, staf pemasaran produk pembiayaan dan nasabah. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan meningkatkan ketekunan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, strategi pemasaran produk pembiayaan di Unit Usaha Syariah Bank Jatimkantor cabang pembantu sampang dalam ranah prinsip dan etika pemasaran syariah yaitu: bersikap adil, menyesuaikan dengan kebutuhan, memberikan harga yang baik, tidak memaksa atau rela sama rela. sedangkan strategi pemasaran dalam ranah etika pemasaran syariah yaitu sebagai berikut Jujur untuk setiap produk tidak melakukan diskriminasi, mempunyai produk yang baik untuk dipasarkan. *Kedua*, keunggulan kompetitif produk pembiayaan di Unit Usaha Syariah Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Sampang yaitu: Memiliki produk yang banyak diminati yaitu Emas iB Barokah dan juga KPR iB Barokah, mengeluarkan produk sesuai kebutuhan pasar. Produk pembiayaan yang diminati dari dulu sampai sekrang selalu meningkat peminatnya yaitu produk Emas iB Barokah salah satunya, selain itu produk yang ada di Unit Usaha Syariah Bank JatimSampang adalah produk yang sangat sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga bisa bertahan dari waktu ke waktu, asset terus meningkat, pelayanan yang diberikan selalu baik, agar nasabah semakin loyal terhadap Bank Jatim Syariah, bekerja sama dengan instansi, sering menjalin kerja sama dengan

instansi non bank seperti pondok pesantren, sekolah islam dan lain-lain.