



Universitas Mercubuana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Aulia Rakhman  
44311110137

Strategi Promosi Produk Pembiayaan Mikro BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro dalam Meningkatkan Profit  
(Studi Kasus Periode Tahun 2013)  
Jumlah halaman : vi + 88 halaman, + 4 lampiran  
Bibliografi : 19 acuan, 2000-2012

### ABSTRAK

Persaingan perbankan di Indonesia menjadi hal yang menarik untuk dicermati dan dianalisis, berbagai tantangan persaingan mengharuskan perusahaan untuk berinovasi dan kreatif dalam menyusun strategi promosi. Bank BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro dengan produk pembiayaan mikro yang diresmikan pada tahun 2012 mengalami peningkatan jumlah nasabah baru dan jumlah pembiayaan yang signifikan pada tahun 2013, sehingga penulis tertarik untuk meneliti “Strategi Promosi Produk Pembiayaan Mikro BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro.”

Tinjauan Pustaka dari penelitian ini terdiri atas komunikasi pemasaran sebagai elemen inti kegiatan promosi, analisis situasi pasar seperti analisis SWOT dan analisis STP, pengertian promosi, tujuan promosi, strategi promosi dan bauran promosi. Berdasarkan penelitian penulis strategi promosi yang sesuai dengan Program Millionaire Permata Bank, tertulis pada buku “Pemasaran Strategik, karangan Fandi Tjiptono, penerbit Andi Yogyakarta tahun 2008.”

Penulisan ini dilakukan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan studi kasus. Sebagai objek penelitiannya adalah BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro. Data-data diperoleh dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan narasumber yang berkompeten dan dilengkapi dokumen dari perusahaan serta studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian yang didapat bahwa produk pembiayaan mikro BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro melakukan analisis SWOT dan analisis STP untuk mendapatkan informasi dalam penetapan kegiatan promosi agar tujuan dari kegiatan promosi tepat pada sasaran. Strategi promosi yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro adalah dengan menggunakan *pull strategy* yaitu aktivitas promosi dari produsen langsung kepada konsumen akhir dengan menggunakan elemen-elemen dalam bauran promosi seperti iklan, *sales promotion*, *publicity* dan *personal selling*. Strategi promosi ini dilakukan untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro yang merupakan produk baru dan upaya untuk meningkatkan nasabah baru serta meningkatkan portofolio pembiayaan produktif syariah terutama di segmen mikro.